



Verband der Wirtschaft Thüringens e. V.

Engagiert für Thüringen

**Umfrage der Arbeitgeber- und
Wirtschaftsverbände Thüringens 2009**

IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH

Herausgeber:

IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH
Roswitha Weitz, Geschäftsführerin

Autoren:

Robert Schaefer
Roswitha Weitz

Layout und Produktion:

wedea · Werbung und Design, Gotha

Auflage:

500 Exemplare

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des
Herausgebers gestattet.

Bezugsadresse:

Verband der Wirtschaft Thüringens e. V.
IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH

Lossiusstraße 1 · 99094 Erfurt
T 0361 65 319 352 · F 0361 6759 177
www.vwt.de · www.iw-thueringen.de

Januar 2010

Diese Publikation ist mit höchster Sorgfalt bearbeitet worden, enthält jedoch lediglich unverbindliche Analysen und Prognosen zu derzeitigen und künftigen Marktgeschehnissen. Die Aussagen beruhen auf Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Korrektheit, Vollständigkeit oder Aktualität wir allerdings keine Gewähr übernehmen können.

Die getroffen Angaben dieser Veröffentlichung dienen der Information.

Engagiert für Thüringen

**Umfrage der Arbeitgeber- und
Wirtschaftsverbände Thüringens 2009**

IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH

Vorwort

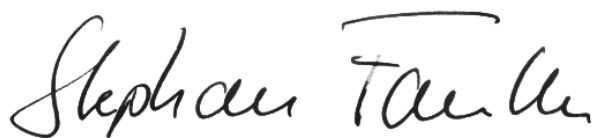
„Engagiert für Thüringen“ so heißt in diesem Jahr unsere Umfrage. Die Idee dazu kam uns, als wir bei einer Veranstaltung einige Unternehmen baten, ihr gesellschaftliches Engagement in den Regionen und Heimatorten darzustellen. Das Erstaunen war groß, als wir die vielfältigen Aktionen, Initiativen und Sponsorings kennenlernten, mit denen sich unsere Unternehmen in regionale oder örtliche Vereine, Schulen, Organisationen oder Sportclubs einbringen. Und es sind durchaus nicht nur die größeren Unternehmen, die sich engagieren. Oft sind es sogar die kleineren Firmen, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung mit besonders pfiffigen Ideen stellen. Es war also überfällig, dass wir uns einen Überblick über das gesellschaftliche Engagement unserer Mitgliedsunternehmen verschaffen.

Wohlwissend, dass mitten in einer schwerwiegenden Finanz- und Wirtschaftskrise die Unternehmen andere Sorgen plagten als ihre gesellschaftliche Reputation, waren unsere Erwartungen zum gesellschaftlichen Engagement der Unternehmen zum jetzigen Zeitpunkt dann doch eher verhalten. Die Umfrage aber zeigt, dass sich die Unternehmen mit großer Selbstverständlichkeit auch in der Krise ihrer Verantwortung stellen und Aufgaben wahrnehmen, die außerhalb des eigentlichen Geschäftsbetriebes stehen. Sie tun das freiwillig und erwarten, dass sie auch in Zukunft selbst entscheiden, wo, wie und in welchem Umfang sie sich engagieren wollen.

Trotz massiver Auftragseinbrüche halten die Unternehmen an ihren Mitarbeitern fest, auch das ergab die Umfrage. Das ist umso bemerkenswerter, weil sich hier ein generelles Umdenken zeigt, dass auch bei der Ausbildung deutlich wird. Denn fast alle ausbildenden Betriebe wollen in der gleichen Größenordnung weiter Lehrstellen zur Verfügung stellen wie vor der Krise.

Gut auch zu hören, dass die Mehrzahl der Unternehmen mit ihren Hausbanken zufrieden ist und ihnen verantwortungsbewusstes Handeln bescheinigt ebenso wie den Agenturen für Arbeit, deren unbürokratisches Handeln bei der Beantragung der Kurzarbeit sehr hoch angerechnet wird.

Die Umfrage wurde im Herbst 2009 gemacht, in einer Zeit, in der Produktionsrückgang und Auftragseinbrüche die Lage der Unternehmen kennzeichnen. Dass trotzdem mehr Optimismus als Pessimismus vorhanden ist und unsere Unternehmer nach den Chancen in der Krise suchen, das ist das beste Ergebnis der Umfrage 2009.



Stephan Fauth

Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Wirtschaft Thüringens e. V.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	X
Abkürzungsverzeichnis	XI
1 Zusammenfassung	1
2 Wirtschaftliche Entwicklung Thüringens	5
2.1 Wirtschaftswachstum und Beschäftigung	5
2.2 Leistungskraft der Thüringer Wirtschaftsbereiche	7
2.3 Innovationskraft	9
2.4 Exporte	11
3 Umfrage.....	13
3.1 Jahresumfrage der Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände Thüringens.....	13
3.2 Wirtschaftsstimmung	13
3.3 Ausbildung.....	18
3.4 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	19
3.5 Strategie und Innovation	24
3.6 Gesellschaftliches Engagement.....	28
Methodischer Hinweis.....	37
Literatur.....	38
Schriftenreihe IWT.....	40

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Wirtschaftswachstum und Erwerbstätigenzahl - Zeitreihe.....	5
Abbildung 2:	Arbeitslosenquoten im Regionalvergleich - Zeitreihe	6
Abbildung 3:	Prozentuale Abweichung des Bruttoinlandsprodukts je Einwohner vom deutschen Durchschnitt nach Bundesländern	7
Abbildung 4:	Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen der Wirtschaftszweige Thüringens im Vergleich zum jeweiligen deutschen Durchschnittswert	8
Abbildung 5:	Ausgaben für Forschung und Entwicklung (absolut und relativ zum Bruttoinlandsprodukt) 2007	9
Abbildung 6:	Ausgaben für Forschung und Entwicklung (Summe und nach Sektoren und Veränderung zum Vorjahr) 2007	10
Abbildung 7:	Ausfuhrvolumen der Wirtschaft Thüringens - Zeitreihe	11
Abbildung 8:	Ausfuhrvolumen der Wirtschaft Thüringens nach bedeutenden Wirtschaftsregionen und Veränderung zum Vorjahr - August 2008	11
Abbildung 9:	Wirtschaftsstimmung - Auftragslage und Erwartung	14
Abbildung 10:	Wirtschaftsstimmung - konjunkturelle Belebung	14
Abbildung 11:	Wirtschaftsstimmung - Export und Erwartung	15
Abbildung 12:	Wirtschaftsstimmung - Ertragslage und Erwartung	16
Abbildung 13:	Wirtschaftsstimmung - Investitionen und Erwartung	16
Abbildung 14:	Wirtschaftsstimmung - Beschäftigungsentwicklung und Erwartung	17
Abbildung 15:	Bedarfsbezogener Ausbildungsumfang	18
Abbildung 16:	Geeignete Bewerber	18
Abbildung 17:	Ausbildungsplätze abgebaut	18
Abbildung 18:	Standortattraktivität	19
Abbildung 19:	Unterstützung Fiskalpolitik	20
Abbildung 20:	Liquiditätsversorgung	21
Abbildung 21:	Kreditklemme	21
Abbildung 22:	Zufriedenheit Hausbank	22
Abbildung 23:	Zufriedenheit Warenkreditversicherer	22
Abbildung 24:	Zufriedenheit Bundesagentur für Arbeit	23
Abbildung 25:	Wettbewerbsvorteil	25
Abbildung 26:	Marktreichweite	25
Abbildung 27:	Partner im Bereich Forschung und Entwicklung I	26
Abbildung 28:	Partner im Bereich Forschung und Entwicklung II	26
Abbildung 29:	Tendenz der Innovationstätigkeit	26
Abbildung 30:	Innovationskonzepte	27

Abbildung 31:	CSR-formale Integration	29
Abbildung 32:	CSR-Einstellung der Befragten	29
Abbildung 33:	CSR-Voraussetzung - wirtschaftliche Leistungsfähigkeit	30
Abbildung 34:	CSR-Voraussetzung - Freiwilligkeit und Eigeninitiative	30
Abbildung 35:	CSR-Voraussetzung - Anerkennung Beschäftigungssicherung	31
Abbildung 36:	CSR-Engagement I	31
Abbildung 37:	CSR-Engagement II	31
Abbildung 38:	CSR-Berichtspflicht	32
Abbildung 39:	CSR-Bürokratische Hürden	32
Abbildung 40:	CSR-Bereiche	33
Abbildung 41:	CSR-Region	33
Abbildung 42:	CSR-Rahmen	34
Abbildung 43:	CSR-Mittel	35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftszweigen in Thüringen und Deutschland.....	8
Tabelle 2:	Patentanmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt 2008	10

Abkürzungsverzeichnis

AGVT	Allgemeiner Arbeitgeberverband Thüringen e. V.
BDA	Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände
BDI	Bundesverbandes der Deutschen Industrie
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BWS	Bruttowertschöpfung
DPMA	Deutsches Marken- und Patentamt
F&E	Forschung & Entwicklung
TLS	Thüringer Landesamt für Statistik
VMET	Verband der Metall- und Elektro-Industrie in Thüringen e. V.
VWT	Verband der Wirtschaft Thüringens e. V.
CSR	Corporate Social Responsibility (Gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens)

Abkürzungen der Deutschen Bundesländer

BB	Brandenburg
BE	Berlin
BW	Baden-Württemberg
BY	Bayern
HB	Bremen
HE	Hessen
HH	Hamburg
MW	Mecklenburg-Vorpommern
NI	Niedersachsen
NW	Nordrhein-Westfalen
RP	Rheinland-Pfalz
SN	Sachsen
SH	Schleswig-Holstein
SR	Saarland
ST	Sachsen-Anhalt
TH	Thüringen

1 Zusammenfassung

Wirtschaftliche Entwicklung

Thüringen hat im vergangenen Jahr einen Einbruch der Wirtschaftsleistung hinnehmen müssen. Der Rückgang im ersten Halbjahr war dramatisch, auch wenn er mit -6,3 Prozent etwas geringer ausfiel als in Deutschland insgesamt (-6,8 Prozent). Die Exportwirtschaft war auch in Thüringen besonders betroffen, wenngleich Thüringen nur rund 1 Prozent des deutschen Exportvolumens ausmacht. Das kumulierte thüringische Exportvolumen ins EU-Ausland sank von Januar bis September 2009 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 22,9 Prozent. Thüringens Unternehmen setzen rund 70 Prozent des Exportvolumens in der Europäischen Union ab.

Die Arbeitslosenquote Thüringens ist auch ein Jahr nach Eskalation der Finanz- und Wirtschaftskrise nur geringfügig angestiegen und strukturell immer noch niedriger als die Ostdeutschlands insgesamt. Daran wird deutlich, in welchem Umfang die Thüringer Wirtschaft - auch mit Hilfe der Kurzarbeit - Beschäftigung sichert. Für 2010 muss dennoch mit einem Rückgang der Erwerbstätigkeit und einem Anstieg der Arbeitslosenquote gerechnet werden.

Eine wirtschaftliche Angleichung auf breiter Basis ist bis 2019 nicht in Sicht. Gemessen am deutschen Durchschnitt variiert die relative Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsbereiche Thüringens weiterhin erheblich. Während Produzierendes Gewerbe (ohne Bau) sowie Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleister in 2008 aufholen konnten, stagnieren Bauwirtschaft und sonstige öffentliche und private Dienstleister. Sehr deutlich ging die relative Leistungsfähigkeit im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr zurück.

Der Anteil des Produzierenden Gewerbes an der Bruttowertschöpfung Thüringens hat auch in 2008 wieder zugelegt. Wird der Anteil des Produzierenden Gewerbes (ohne Bau) vor dem Hintergrund seiner im Bundesmaßstab noch relativ geringen Wirtschaftskraft gesehen, werden die Umrisse des außerordentlichen Potenzials der Industrie - als Bereich mit der höchsten Wertschöpfung je Erwerbstätigen - für die Wirtschaft Thüringens sichtbar. Diese Entwicklungen unterstreichen den erfolgreichen Re-Industrialisierungsprozess und die Bedeutung der Industrie für die weitere wirtschaftliche Entwicklung des Freistaats.

Ob dieses Potenzial erschlossen werden kann, ist dabei maßgeblich von der Innovationsfähigkeit abhängig. Schon jetzt nimmt Thüringen im Vergleich der neuen Bundesländer neben Sachsen bei den Patentanmeldungen Spitzenpositionen ein. In Thüringen wurden die Ausgaben für Forschung und Entwicklung in 2007 um 4,3 Prozent erhöht. Gemessen am BIP sind die thüringischen Investitionen in F&E (1,8 Prozent) deutsches Mittelmaß. Schon jetzt kommen die Hälfte der Thüringer F&E-Ausgaben aus der Wirtschaft.

Wirtschaftsstimmung

Die Rezession hat die Wirtschaftsstimmung in Thüringen tiefgreifend verändert. 24,3 Prozent der befragten Unternehmen sehen sich mit einer schlechten Auftragslage konfrontiert. Der entsprechende Saldenwert der Lageeinschätzung hat sich in 2009 (14,6) im Vergleich zu 2008 (7,3) halbiert. Nur noch 3,3 Prozent meldeten 2009 steigende Exporte. Damit ist dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr auf nahezu ein Viertel geschrumpft. Der Rückgang der Erträge stellt sich weniger dramatisch dar, weil sie im Vorjahr durch hohe Energie- und Rohstoffpreise belastet wurden. Mit 33,6 Prozent haben circa ein Drittel der Befragten die Investitionen zurückgefahren. Zwar haben 2009

nur noch 7,2 Prozent der Unternehmen zusätzliche Mitarbeiter eingestellt, jedoch wurde bisher in 66,4 Prozent von Personalanpassungen abgesehen.

Für die Erwartungen hinsichtlich Auftrags- und Ertragslage zeigt sich die Tendenz, dass sowohl der Anteil der befragten Unternehmen, die die zukünftige Lage als gut einschätzen, als auch der Anteil derjenigen, die eine Lageverschlechterung in 2010 erwarten, im Vergleich zum Vorjahr zurückgehen. Die Saldenwerte der Erwartungen für 2010 signalisieren erneut Rückgänge. Im Gegensatz dazu erwarten 49,3 Prozent eine allgemeine wirtschaftliche Belebung bis zum dritten Quartal 2010. Die Annahmen über die allgemeine konjunkturelle Entwicklung für 2010 sind damit deutlich besser, als die einzelbetrieblichen Einschätzungen das erwarten lassen würden. Gemessen am Rückgang 2009 sind die Erwartungen an den Export für 2010 ebenfalls sehr hoch. Vor diesem Hintergrund müssen die für 2010 erwartete leichte Erholung der Investitionstätigkeit und Beschäftigungsentwicklung betrachtet werden.

Ausbildung

Das Ausbildungsengagement der befragten Unternehmen ist trotz Wirtschaftslage ungebrochen hoch. 75 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigten Auszubildende, wobei 37 Prozent bedarfsdeckend und 31 Prozent sogar über den eigenen Fachkräftebedarf hinaus ausbilden. Die Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände geben jungen Menschen eine Perspektive in Thüringen und leisten damit einen nachhaltigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Freistaats.

Die Standortattraktivität Thüringens ist aus Perspektive der Mitgliedsunternehmen im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Insgesamt sind aber 82 Prozent der Befragten der Auffassung, dass Thüringen ein attraktiver Wirtschaftsstandort ist. Von der Fiskalpolitik erwarten 64,9 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen Steuersenkungen. Mit 42,6 Prozent unterstützen deutlich mehr als im Vorjahr staatliche Investitionen.

24,8 Prozent der Unternehmen haben Liquiditätsschwierigkeiten. Die Mehrheit der befragten Mitgliedsunternehmen stand zum Zeitpunkt der Befragung stabil. 34,3 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen gaben an, dass es schwieriger geworden ist, Kredite für geschäftsübliche Investitionsvorhaben zu bekommen. Es ist zu befürchten, dass diese Entwicklung in noch viel stärkerem Umfang spürbar wird, wenn die Investitionsbereitschaft der Unternehmen wieder steigt. Die Hausbankbeziehung gestaltet sich weit weniger dramatisch, als das angesichts der öffentlichen Debatte zu erwarten war. 77,9 Prozent der Befragten sind mit ihrer Hausbank zufrieden. Offensichtlich waren die Banken in einigen Fällen in der Lage, die Finanzkrise zur Stärkung ihrer Kundenbeziehungen zu nutzen. Mit den Warenkreditversicherern zeigten sich 16,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen unzufrieden.

Deutlich in der Unternehmensgunst gewonnen hat die Bundesagentur für Arbeit. Sie konnte mit der starken Ausweitung der Kurzarbeit und dem damit verbundenen vermehrten Kontakt zu den Unternehmen bei der Unternehmenszufriedenheit deutlich zulegen (+9,1 Prozentpunkte). Insgesamt sind mit der Bundesagentur 66,7 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen zufrieden.

Strategie und Innovation

Mit jeweils 37 Prozent sind genauso viele Unternehmen auf internationale wie auf regionale Märkte ausgerichtet. Wettbewerbsvorteile sichert der größte Teil der befragten Unternehmen (41,7 Prozent) durch Marktwissen und Kooperationen. 52 Prozent der befragten Unternehmen haben Partner im Bereich Forschung und Entwicklung. Davon arbeiten 80 Prozent mit Hochschulen und Fachhochschulen zusammen. Die Innovationstätigkeit wird sich bis Ende 2010 voraussichtlich bei 21 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen erhöhen. Der Blick auf die Innovationskonzepte der Unternehmen zeigt, dass die Innovationstätigkeit erwartungsgemäß vor allem auf Produkt- und Prozessmodifikationen gerichtet ist, wobei Produktmodifikationen mit 76,2 Prozent etwas häufiger vorkommen als Prozessmodifikationen (66 Prozent). Allerdings entwickeln nur 6,1 Prozent neue Produktionslinien.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility erwächst jedem einzelnen Unternehmen aus der betriebswirtschaftlich begründeten individuellen Unternehmenskultur in Wechselbeziehung mit dem spezifischen Geschäftsumfeld. Es sind die vielen zum großen Teil inhabergeführten kleinen und mittleren Unternehmen, die sich wie selbstverständlich im Gemeinwesen engagieren und auch über Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände politische Prozesse mitgestalten. In jeweils über der Hälfte der befragten Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände ist Corporate Social Responsibility bereits im Leitbild verankert (57,5 Prozent) und/oder wird bei der Personalentwicklung eingesetzt (54,9 Prozent) bzw. verfolgt das Unternehmen eigene CSR-Projekte (52,2 Prozent).

Mit 81,3 Prozent ist die überwiegende Mehrheit der Befragten sehr aufgeschlossen eingestellt und befürwortet freiwilliges Engagement von Unternehmen auch dann, wenn sich daraus "nur" langfristig Wettbewerbsvorteile ergeben oder gar keine Wettbewerbsvorteile erkennbar sind. Diese aufgeschlossene Haltung gegenüber Corporate Social Responsibility ist gebunden an (1) die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens, (2) die Freiwilligkeit des jeweiligen aus Eigeninitiative verfolgten Engagements und (3) die grundsätzliche Anerkennung des wirtschaftlichen Beitrages, der durch Beschäftigungssicherung vom Unternehmen geleistet wird. Bürokratisierung würde im Gegensatz dazu zu einem starken Rückgang des Engagements führen.

94,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen haben sich in den letzten 24 Monaten gesellschaftlich engagiert. 10,6 Prozent der befragten Unternehmen haben in den letzten 12 Monaten ihr gesellschaftliches Engagement spürbar verringert. Das Engagement richtet sich dabei besonders häufig auf die Bereiche Bildung, Soziales und Sport und wird vorrangig im regionalen Umfeld ausgeübt. Häufig bilden Praktika für Schüler und Studierende den Rahmen. Weit verbreitet sind auch Sponsoring und die Teilnahme an Aktionstagen, wie beispielsweise Berufswahlmessen, Girls'Day, Tage der offenen Tür sowie Initiativen, wie beispielsweise *SchuleWirtschaft*. Die Unternehmen setzen für ihr gesellschaftliches Engagement vor allem Geld- und Sachspenden ein.

2 Wirtschaftliche Entwicklung Thüringens

2.1 Wirtschaftswachstum und Beschäftigung

Der Freistaat hat im vergangenen Jahr einen dramatischen Einbruch der Wirtschaftsleistung hinnehmen müssen. Obwohl der Rückgang etwas geringer ausfiel als in Deutschland insgesamt, hat er historische Ausmaße erreicht. Dennoch werden in der Rückschau Parallelen zwischen der konjunkturellen Entwicklung der Jahre 1999 bis 2002 und 2006 bis 2009 sichtbar. Nach zweijähriger Phase der Hochkonjunktur schwächte sich das jeweilige Wirtschaftswachstum im dritten Jahr deutlich ab und ging im vierten in eine Phase der Stagnation bzw. Schrumpfung über. Die Wirtschaft Thüringens ist in beiden Perioden dabei weniger stark von wirtschaftlichen Schwächephasen betroffen als Deutschland insgesamt. Zudem kam die thüringische Wirtschaft in der Vergangenheit deutlich schneller und dynamischer aus der Rezession heraus. Neben der kleinteiligeren Unternehmensstruktur und insgesamt etwas geringerer Exportabhängigkeit ist eine wichtige Ursache, dass von Unternehmen und Tarifpartnern vor dem Hintergrund der Krisenerfahrung der 90er Jahre, konsequent große Flexibilitätpotenziale in wachsende Strukturen integriert wurden¹.

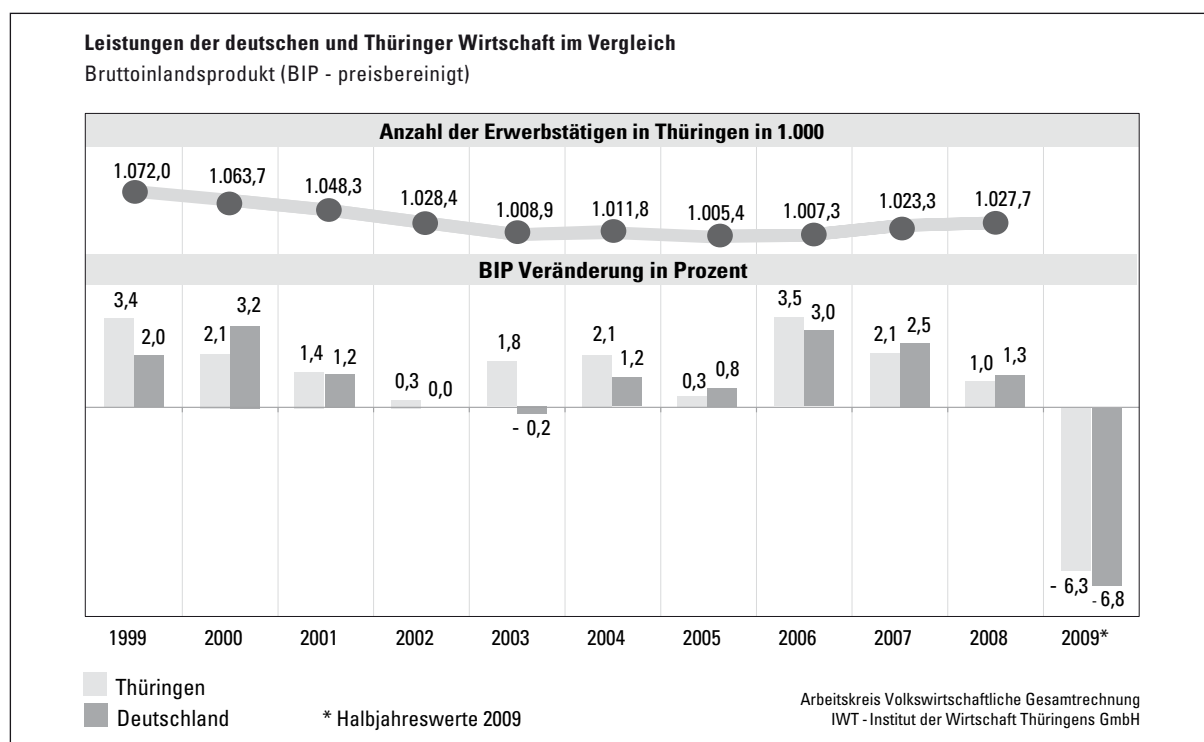


Abbildung 1: Wirtschaftswachstum und Erwerbstätigenanzahl - Zeitreihe

Die vergangene Phase wirtschaftlichen Wachstums (2006 bis 2008) ging mit einem Anstieg der Erwerbstätigkeit einher. In Thüringen stieg die Anzahl der Erwerbstätigen um circa 20.400 auf rund 1.027.700. Die Anzahl der Erwerbstätigen dürfte sich 2009 mit Blick auf die Arbeitslosenquote kaum verändert haben. Im November 2009 betrug die Thüringer Arbeitslosenquote 10,0 Prozent und lag damit nur 0,1 Prozentpunkte über dem entsprechenden Vorjahreswert, während die Ostdeutschlands wiederum bei 11,8 Prozent lag und die Deutschlands nur leicht (um 0,5 Prozentpunkte) auf 7,6 Prozent stieg.

¹ Beispielsweise sichert Zeitarbeit betriebliche Flexibilität und erleichtert vielen Unternehmen die Mitarbeiterrekrutierung. Für die Metall- und Elektroindustrie beispielsweise sind die zwischen IG Metall und VMET 1993 vereinbarte Revisionsklausel und der 1998 geschlossene bundesweit einmalige Tarifvertrag zur Unternehmenssicherung.

Damit zeigt sich der Arbeitsmarkt insgesamt bisher erstaunlich stabil und die Arbeitslosenquote Thüringens ist auch ein Jahr nach Eskalation der Finanz- und Wirtschaftskrise strukturell niedriger als die Ostdeutschlands insgesamt.

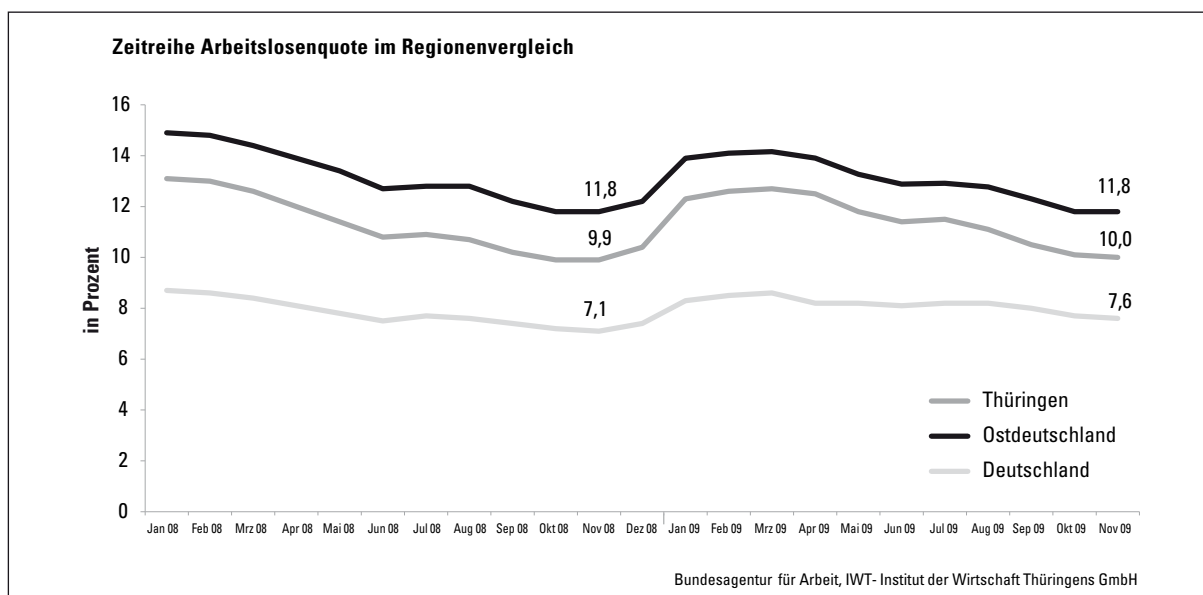


Abbildung 2: Arbeitslosenquoten im Regionalvergleich - Zeitreihe

Wenn die Deutschlandprognose des Wirtschaftswachstums der OECD für 2009 von -4,8 Prozent auch für Thüringen zutrifft, dann würde die thüringische Wirtschaftsleistung auf den Stand von 2005 schrumpfen. Die Anzahl der Erwerbstätigen lag damals bei 1.005.400, die Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt bei 17,1 Prozent. Der Vergleich dieser Werte mit der Arbeitslosenquote in 2008 (12,8 Prozent) und der Entwicklung in 2009 zeigt, in welchem Umfang die Unternehmen - auch mit Hilfe der Kurzarbeit - zur Beschäftigungssicherung beitragen. Deutlich wird aber auch, dass in 2010 mit einem Rückgang der Erwerbstätigenanzahl und einen Anstieg der Arbeitslosenquote zu rechnen ist.

Die Wirtschaftsleistung Thüringens hat sich 2008, wie die der übrigen neuen Bundesländer, dem deutschen Durchschnitt angenähert und zu den strukturschwachen alten Bundesländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz aufgeholt. Dennoch ist der Abstand des Bruttoinlandsproduktes je Einwohner zwischen neuen und strukturschwachen alten Bundesländern beträchtlich. Die Differenz Thüringens zum Bundesdurchschnitt (-27,9 Prozent) ist fast doppelt so groß wie die Schleswig-Holsteins (-14,5 Prozent).

Vor dem Hintergrund, dass sich der Abstand des beim BIP je Einwohner zum Bundesdurchschnitt in den zehn Jahren von 1999 bis 2008 in Thüringen um 5,9 Prozentpunkte reduzierte und der entsprechende Wert Schleswig-Holsteins um 7,8 Prozentpunkte anstieg, ist bei gleichbleibenden Entwicklungsunterschieden die wirtschaftliche Konvergenz zwischen Thüringen und Schleswig-Holstein bis 2019 denkbar. Eine solche Entwicklung wäre jedoch stärker vom relativen Sinken des BIP je Einwohner in Schleswig-Holstein als von einem aufholenden Anstieg der Wirtschaftskraft Thüringens getrieben. Diese Konvergenz würde zudem zwar mehr oder weniger auf alle neuen Bundesländer zutreffen, allerdings blieben auf der anderen Seite alle anderen alten Bundesländer davon ausgenommen. Eine wirtschaftliche Angleichung auf breiter Basis ist deshalb bis 2019 nicht in Sicht.

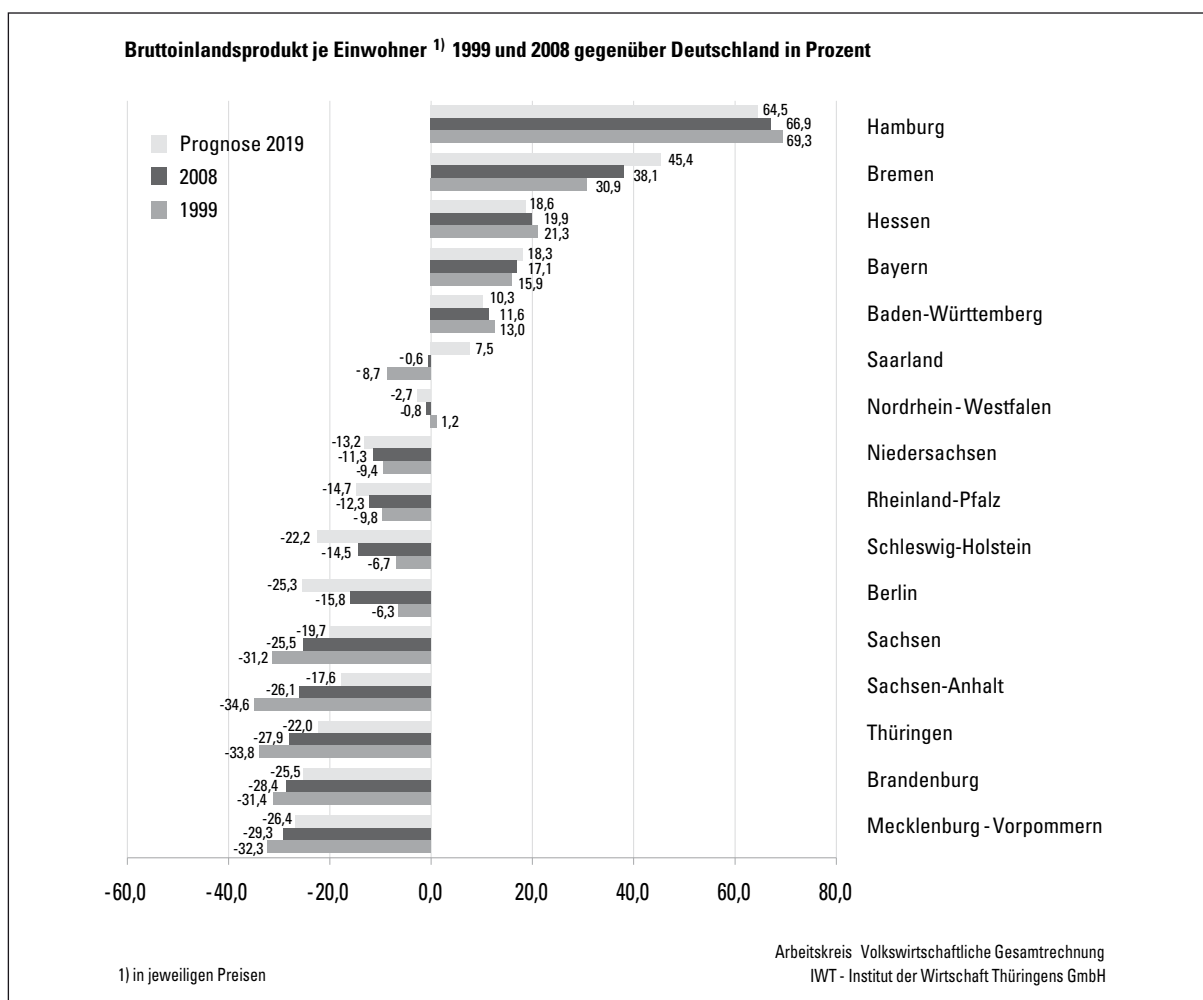


Abbildung 3: Prozentuale Abweichung des Bruttoinlandsprodukts je Einwohner vom deutschen Durchschnitt nach Bundesländern

2.2. Leistungskraft der Thüringer Wirtschaftsbereiche

Wie für moderne Volkswirtschaften typisch, wird der größte Anteil der Bruttowertschöpfung im Dienstleistungsbereich erbracht, gefolgt vom Produzierenden Gewerbe, das hauptsächlich vom Verarbeitenden Gewerbe ausgefüllt wird. Die Wirtschaftsbereiche Baugewerbe sowie Fischerei, Land- und Forstwirtschaft machen nur einen kleinen Teil der Wirtschaftsleistung aus. Die Leistungsanteile sind in Thüringen und Deutschland sehr ähnlich verteilt. Unterschiede zeigen sich im Detail. Während der Anteil der Dienstleistungen an der Bruttowertschöpfung in Deutschland insgesamt gestiegen ist, ist dieser in Thüringen gesunken. Entsprechend hat der Anteil des Produzierenden Gewerbes in Thüringen zugelegt und in Deutschland abgenommen. Diese Entwicklung unterstreicht den erfolgreichen Re-Industrialisierungsprozess und die Bedeutung der Industrie für die weitere wirtschaftliche Entwicklung Thüringens.

Die relative Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsbereiche Thüringens variiert weiterhin gemessen am deutschen Durchschnitt erheblich. Während Produzierendes Gewerbe (ohne Bau) sowie Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleister in 2008 aufholen konnten, stagnieren Bauwirtschaft und sonstige öffentliche und private Dienstleister. Sehr deutlich ging die relative Leistungsfähigkeit im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr zurück.

Die Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen des Produzierenden Gewerbes (ohne Bau) ist in 2008 gegenüber 2007 um 1 Prozentpunkt auf 77 Prozent des deutschen Niveaus gestiegen. Auch im Bereich Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleister konnte die thüringische Wirtschaft aufholen. Die Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen stieg in diesem Bereich im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte auf jetzt 79 Prozent des deutschen Durchschnitts. Während im Baugewerbe unverändert 74 Prozent erreicht werden, sank die relative Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen im Dienstleistungsbereich leicht von 92 Prozent in 2007 auf 91 Prozent 2008. Deutlich war der relative Rückgang im Bereich Handel, Gastgewerbe und Tourismus. Erreichte dieser Wirtschaftsbereich 2007 noch 77 Prozent des deutschen Durchschnitts der Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen, waren es 2008 nur noch 74 Prozent.

Wird der Anteil des Produzierenden Gewerbes (ohne Bau) an der Bruttowertschöpfung Thüringens vor dem Hintergrund ihrer im Bundesmaßstab noch geringen relativen Wirtschaftskraft gesehen, werden die Umrisse des außerordentlichen Potenzials der Industrie - als Bereich mit der höchsten Wertschöpfung je Erwerbstätigen - für die thüringische Wirtschaft sichtbar.

Wirtschaftszweige Thüringen 2008	Bruttowertschöpfung in Mill. Euro	Veränderung zum Vorjahr in Prozent	Anteil an Gesamt in Prozent	Veränderung des Anteils in Prozentpunkte	Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen in Euro
Land- und Forstwirtschaft; Fischerei	624	-9,2	1,4	-0,2	22.803
Produzierendes Gewerbe (ohne Bau)	12106	3,8	27,1	0,3	55.292
darunter Verarbeitendes Gewerbe	10612	3,2	23,7	0,1	50.529
Baugewerbe	2682	4,2	6,0	0,1	31.709
Dienstleistung gesamt	29285	2,4	65,5	-0,2	42.028

	Bruttowertschöpfung in Mill. Euro	Veränderung zum Vorjahr in Prozent	Anteil an Gesamt in Prozent	Veränderung des Anteils in Prozentpunkte	Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen in Euro
Land- und Forstwirtschaft; Fischerei	19.570	-2,2	0,9	0,0	22.862
Produzierendes Gewerbe (ohne Bau)	579.960	1,4	25,9	-0,4	72.278
darunter Verarbeitendes Gewerbe	524.780	1,0	23,5	-0,5	68.500
Baugewerbe	93.820	7,7	4,2	0,2	42.704
Dienstleistung gesamt	1.541.770	3,3	69,0	0,3	52.705

Quelle: Arbeitskreis Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

Tabelle 1: Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftszweigen in Thüringen und Deutschland

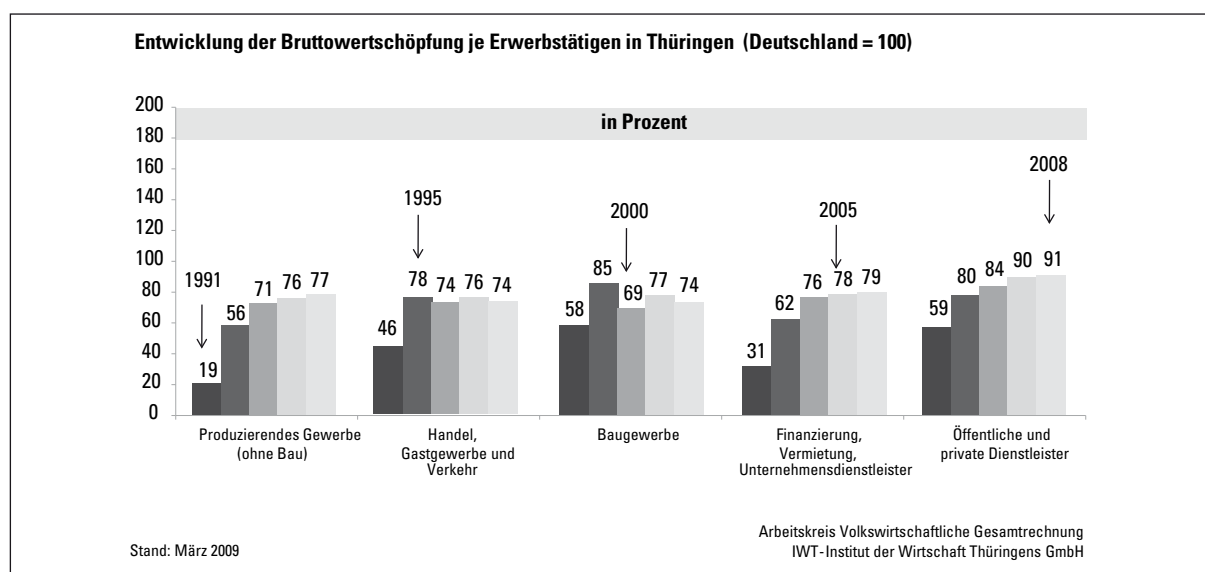


Abbildung 4: Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen der Wirtschaftszweige Thüringens im Vergleich zum jeweiligen deutschen Durchschnittswert

2.3 Innovationskraft

Die von den EU-Staaten im Jahr 2000 beschlossene Lissabon-Strategie hatte das Ziel, Produktivität und Innovationsgeschwindigkeit der Mitgliedsländer zu erhöhen, um die EU bis 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsraum der Welt zu machen. Als wichtige Maßnahme wurde die Steigerung der Ausgaben für Forschung und Entwicklung auf 3 Prozent des Bruttoinlandsproduktes angestrebt. Deutschland kann dieses Ziel erreichen, vorausgesetzt die Anstrengungen wurden 2008 und 2009 nochmals erhöht. Die deutschen Ausgaben für Forschung und Entwicklung betrugen im Jahr 2007 rund 61,5 Mrd. Euro, was 2,54 Prozent des Bruttoinlandsproduktes entspricht.

Zu den bisherigen Anstrengungen tragen die Bundesländer in unterschiedlichem Umfang bei. Baden-Württemberg und Berlin haben die Marke von 3 Prozent des Bruttoinlandsproduktes bereits 2007 übertroffen. Bayern, Hamburg, Sachsen und Niedersachsen sind auf gutem Weg. Thüringen steht mit 1,8 Prozent im Mittelfeld - auf demselben relativen Niveau wie Nordrhein-Westfalen - und damit weit hinter Sachsen an zweiter Stelle der neuen Bundesländer. Die übrigen neuen Bundesländer aber auch das Saarland und Schleswig-Holstein werden das 3 Prozent Ziel voraussichtlich nicht erreichen.

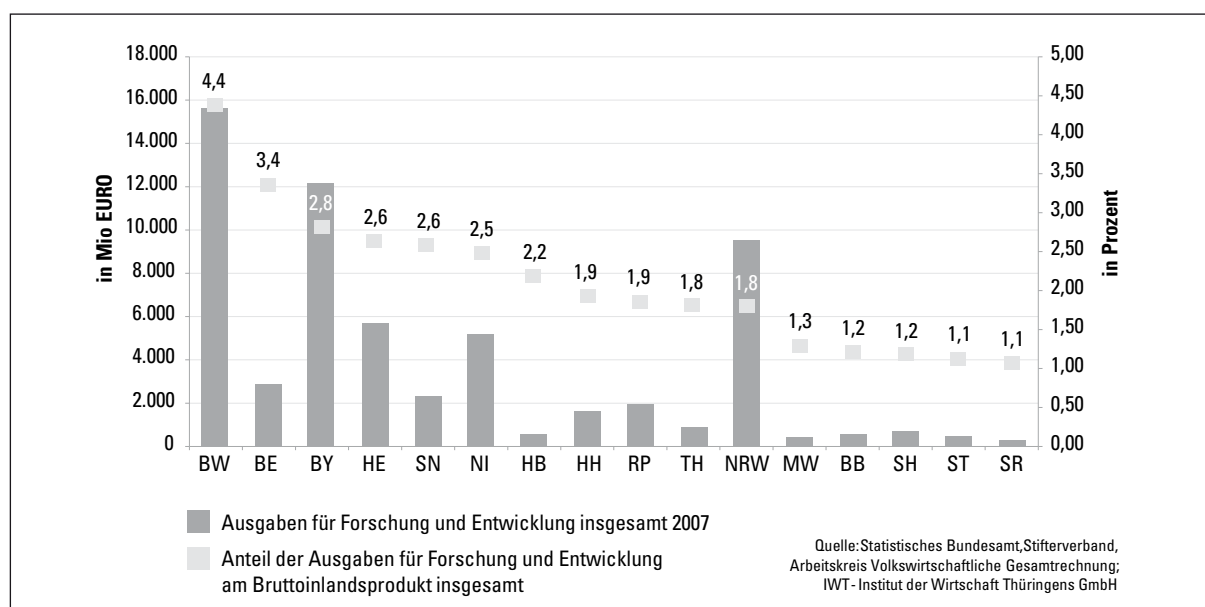


Abbildung 5: Ausgaben für Forschung und Entwicklung (absolut und relativ zum Bruttoinlandsprodukt) 2007

Auch in absoluten Zahlen liegt Baden-Württemberg bei den F&E-Ausgaben 2007 mit rund 16,7 Mrd. Euro deutlich vorn. Dahinter Bayern mit 12,2 Mrd. Euro und Nordrhein Westfalen mit 9,5 Mrd. Euro. Zum Vergleich: In Thüringen wurden im gleichen Zeitraum 880 Mio. Euro in F&E-Ausgaben investiert. Die Ausgaben in Sachsen waren mit 2,4 Mrd. Euro fast genauso hoch wie in den übrigen vier neuen Bundesländern zusammen (2,6 Mrd. Euro).

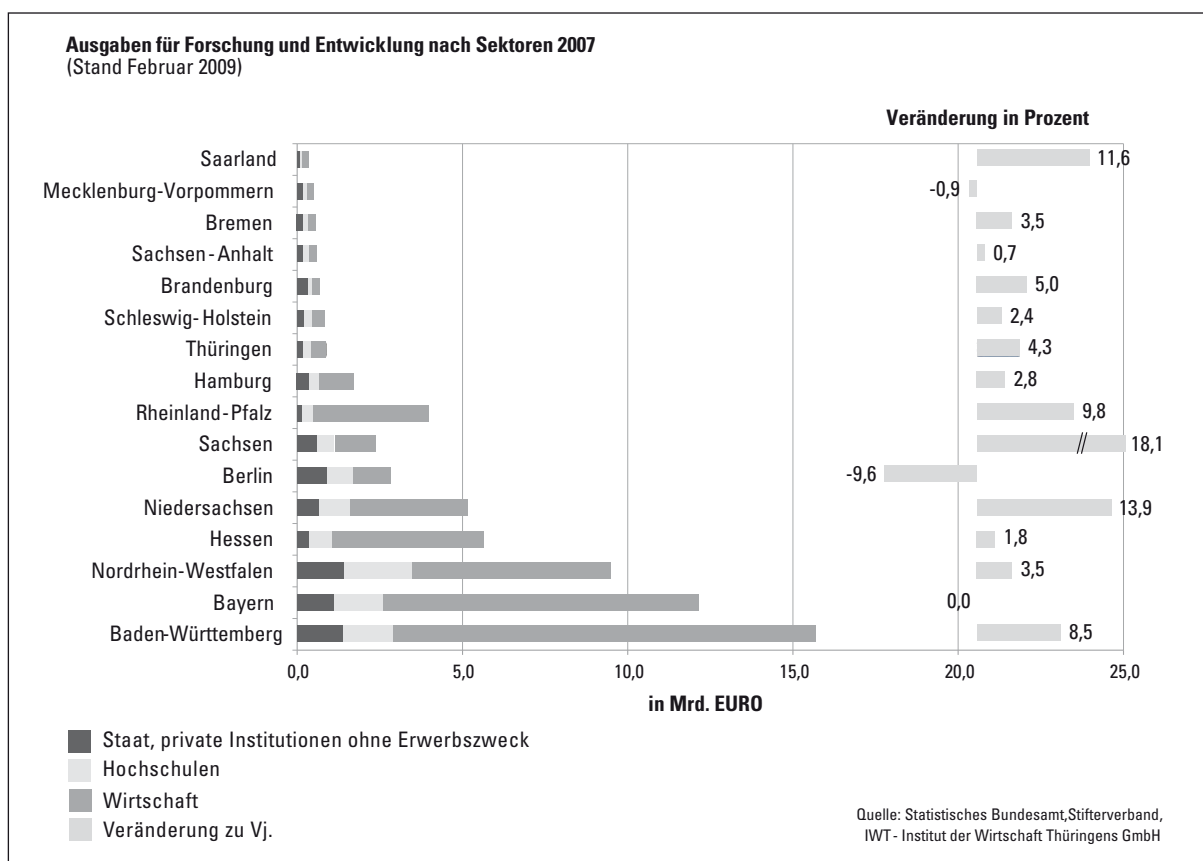


Abbildung 6: Ausgaben für Forschung und Entwicklung (Summe und nach Sektoren und Veränderung zum Vorjahr) 2007

Patentanmeldungen nach Bundesländern

Rang	Bundesland	Anmeldungen	Anteil in %	Rang	Anmeldungen pro 100.000 Einwohner
1	Baden-Württemberg	15.081	30,6	1	140
2	Bayern	13.528	27,5	2	108
3	Nordrhein-Westfalen	7.797	15,8	5	43
4	Niedersachsen	3.351	6,8	6	42
5	Hessen	2.678	5,4	4	44
6	Rheinland-Pfalz	1.274	2,6	7	31
7	Hamburg	1.100	2,2	3	62
8	Sachsen	998	2,0	11	24
9	Berlin	891	1,8	9	26
10	Thüringen	605	1,2	9	26
11	Schleswig-Holstein	590	1,2	13	21
12	Brandenburg	366	0,7	15	14
13	Sachsen-Anhalt	356	0,7	14	15
14	Saarland	295	0,6	8	28
15	Mecklenburg-Vorpommern	186	0,4	16	11
16	Bremen	144	0,3	12	22
	Insgesamt	49.240	100		Ø 60

Tabelle 2: Patentanmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt 2008

Quelle: DPMA Jahresbericht 2009

2.4 Exporte

Die Wirtschaft Thüringens exportierte im September 2009 Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 751 Mio. Euro. Nach dem deutlichen Rückgang im Herbst 2008 war von Januar bis Juni 2009 eine steigende Tendenz des Exportvolumens zu beobachten. Die rückläufige Entwicklung im Juli und August ging in einen neuerlichen Anstieg im September 2009 über. Damit folgte die Tendenz des thüringischen Exportvolumens der gesamtdeutschen Entwicklung, wenngleich Thüringen nur 1 Prozent des deutschen Exportvolumens ausmacht.

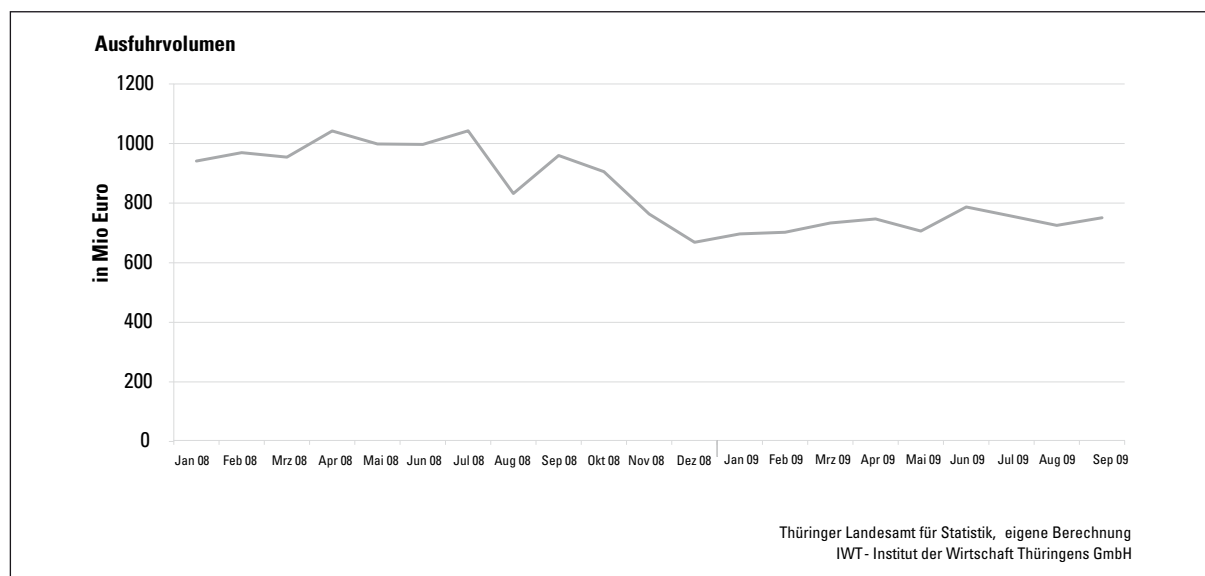
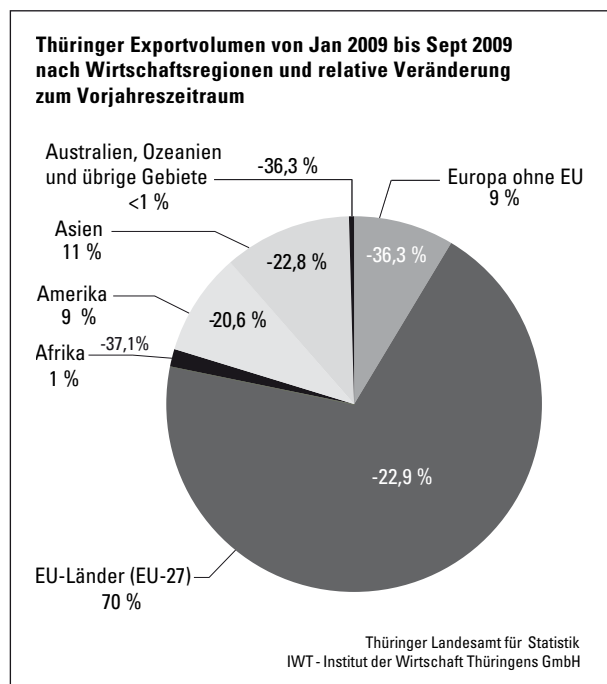


Abbildung 7: Ausfuhrvolumen der Wirtschaft Thüringens - Zeitreihe



Der Europäische Binnenmarkt ist für die Exportwirtschaft Thüringens von enormer Bedeutung. 70 Prozent des Exportvolumens thüringischer Unternehmen wurde im EU-Ausland erzielt. Die Anteile Asiens, Amerikas und des Nicht-Europäischen Auslandes sind mit jeweils circa 10 Prozent annähernd gleich groß. Afrika, Australien und Ozeanien haben eher geringe Bedeutung. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gingen die Exporte in alle Gebiete dramatisch zurück. Besonders deutlich ist das Volumen der nach Afrika, Australien und Ozeanien sowie ins nicht europäische Ausland exportierten Waren und Dienstleistungen gesunken. Die Rückgänge in die Europäische Union, Amerika und Asien fallen demgegenüber etwas geringer aus.

Abbildung 8: Ausfuhrvolumen der Wirtschaft Thüringens Jan 2009 bis Sept 2009 nach bedeutenden Wirtschaftsregionen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum

Kurz & Knapp

Thüringen hat im vergangenen Jahr einen Einbruch der Wirtschaftsleistung hinnehmen müssen. Der Rückgang im ersten Halbjahr war dramatisch, auch wenn er mit -6,3 Prozent etwas geringer ausfiel als in Deutschland insgesamt (-6,8 Prozent). Die Exportwirtschaft war auch in Thüringen besonders betroffen, wenngleich Thüringen nur rund 1 Prozent des deutschen Exportvolumens ausmacht. Das kumulierte thüringische Exportvolumen ins EU-Ausland sank von Januar bis September 2009 im Vergleich Vorjahreszeitraum um 22,9 Prozent. Thüringens Unternehmen setzen rund 70 Prozent des Exportvolumens in der Europäischen Union ab.

Die Arbeitslosenquote Thüringens ist auch ein Jahr nach Eskalation der Finanz- und Wirtschaftskrise nur geringfügig angestiegen und strukturell immer noch niedriger als die Ostdeutschlands insgesamt. Daran wird deutlich, in welchem Umfang die Thüringer Wirtschaft - auch mit Hilfe der Kurzarbeit - Beschäftigung sichert. Für 2010 muss dennoch mit einem Rückgang der Erwerbstätigkeit und einem Anstieg der Arbeitslosenquote gerechnet werden.

Die positiven Entwicklungen dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine wirtschaftliche Angleichung auf breiter Basis bis 2019 nicht in Sicht ist. Gemessen am deutschen Durchschnitt variiert die relative Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsbereiche Thüringens weiterhin erheblich. Während Produzierendes Gewerbe (ohne Bau) sowie Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleister aufholen konnten, stagnieren Bauwirtschaft und sonstige öffentliche und private Dienstleister. Sehr deutlich zurück ging die relative Leistungsfähigkeit im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr.

Der Anteil des Produzierenden Gewerbes an der Bruttowertschöpfung Thüringens hat auch 2008 wieder zugelegt. Wird der Anteil des Produzierenden Gewerbes (ohne Bau) vor dem Hintergrund seiner im Bundesmaßstab noch geringen relativen Wirtschaftskraft gesehen, werden die Umrisse des außerordentlichen Potenzials der Industrie - als Bereich mit der höchsten Wertschöpfung je Erwerbstätigen - für die thüringische Wirtschaft sichtbar. Diese Entwicklungen unterstreichen den erfolgreichen Re-Industrialisierungsprozess und die Bedeutung der Industrie für die weitere wirtschaftliche Entwicklung Thüringens.

Ob dieses Potenzial erschlossen werden kann, ist dabei maßgeblich von der Innovationsfähigkeit abhängig. Schon jetzt nimmt Thüringen im Vergleich der Neuen Bundesländer neben Sachsen bei den Patentanmeldungen Spitzenpositionen ein. In Thüringen wurden die Ausgaben für Forschung und Entwicklung in 2007 um 4,3 Prozent erhöht. Gemessen am BIP sind die thüringischen Investitionen in F&E deutsches Mittelmaß. Schon jetzt kommen die Hälfte der Thüringer F&E-Ausgaben aus der Wirtschaft.

3 Umfrage

3.1 Jahresumfrage der Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände Thüringens

Die diesjährige Jahresumfrage der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände thematisiert schwerpunktmäßig das gesellschaftliche Engagement der Thüringer Wirtschaft. Damit wird die Initiative der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e. V. (BDI) "CSR - Germany - deutsche Unternehmen stellen sich den ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen der globalisierten Wirtschaft" aufgegriffen. Es geht darum, zu zeigen, in welchen Bereichen, mit welchen Mitteln, in welchem Rahmen und in welchen Regionen die Mitglieder der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände sich freiwillig gesellschaftlich engagieren. Dafür sind auch die Überzeugungen der Unternehmer und Geschäftsführer von zentraler Bedeutung. Die Unternehmenskultur bildet den Rahmen, solche Einstellungen zu fördern. Deshalb ist von Interesse, auf welchen Ebenen die Mitgliedsunternehmen das gesellschaftliche Engagement institutionalisiert haben.

Neben der Darstellung zu Wirtschaftsstimmung und Ausbildungsbetrieb der Mitgliedsunternehmen werden in diesem Jahr Aspekte zu Unternehmensstrategie und Innovation und, wegen der Folgen der Wirtschaftskrise, die Beurteilung der Liquiditätsversorgung ergänzt. Darüber hinaus rücken wichtige Rahmenbedingungen wie Hausbankzufriedenheit und Kreditzugang sowie Standortattraktivität in den Blickpunkt.

Die Umfrage wurde vom 20. September bis 20. Oktober 2009 unter den Mitgliedern des Verbandes der Wirtschaft Thüringens durchgeführt. Der Verband der Wirtschaft Thüringens e. V. (VWT) ist die Spitzenorganisation der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände. Als Landesvereinigung der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und Landesvertretung der Bundesvereinigung der Deutschen Industrie (BDI) vertritt er die Interessen der Wirtschaft Thüringens. Über Ausschüsse, Beiräte, Anhörungen und Beteiligungen bringt der VWT Forderungen, Ideen und Problemlösungen in die Arbeit der Landesregierung und Wirtschaftsgremien ein. Er sieht sich in direkter Mitverantwortung für die Entwicklung des Freistaates Thüringen. Dem VWT gehören Wirtschafts- und Fachverbände nahezu aller Branchen an. In dieser Konstellation vertritt er einen Großteil der Thüringer Unternehmen. Die Umfrage ist wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit.

3.2 Wirtschaftsstimmung

Die erhobenen Einschätzungen zu Auftrags- und Ertragslage 2009, die Tendenzen bei Auslandsumsatz, Investitionsentwicklung und Personalbestand sowie die entsprechenden Erwartungen für 2010 sind nachhaltig von den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise beeinflusst. Im Vergleich mit 2008 zeigt sich, wie tiefgreifend die Rezession die Wirtschaftsstimmung in Thüringen verändert hat.

Bezeichneten im Herbst 2008 noch 38,9 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen die Auftragslage als gut, sind es im Herbst 2009 nur noch 31,6 Prozent. Die Dramatik der Entwicklung zeigt sich beim Anteil der Befragten, die die Auftragslage als schlecht einschätzen. Mit 24,3 Prozent ist diese 2009 gegenüber 2008 mehr als doppelt so groß. Zwar erwarten mit 16,4 Prozent deutlich weniger Unternehmen für 2010 eine schlechte Auftragslage als das in 2009 tatsächlich der Fall war, aber komplementär dazu erwarten nur noch 23,0 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen eine gute Auftragslage für 2010. Hat sich der entsprechende Saldenwert (Anteil gut abzüglich Anteil schlecht) in 2009 (7,3) im Vergleich zu 2008 (14,6) halbiert, signalisieren die Erwartungen für 2010 (6,6) also einen erneuten Rückgang.

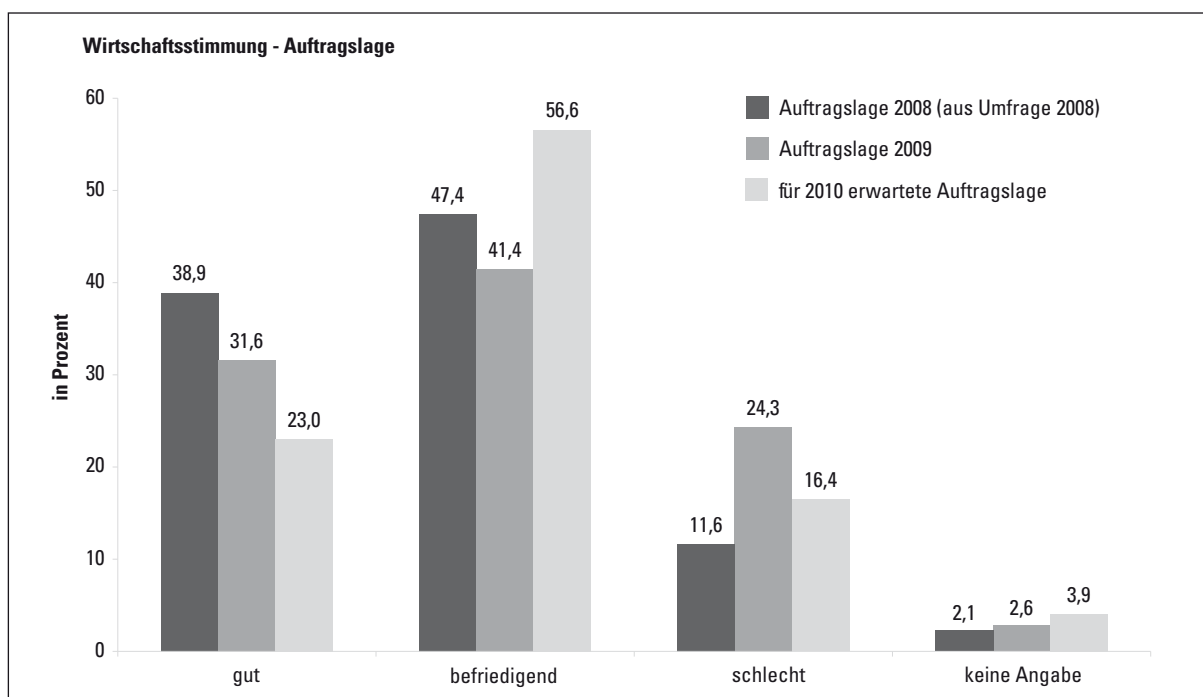


Abbildung 9: Wirtschaftsstimmung - Auftragslage und Erwartung

Ergänzend wurden die Unternehmen in diesem Jahr gefragt, ab wann sie eine nachhaltige Verbesserung der Auftragslage im Sinne einer allgemeinen konjunkturellen Belebung spüren bzw. erwarten. Mit 49,3 Prozent geht knapp die Hälfte der Befragten davon aus, dass sich die Auftragslage bis Ende 2010 aufhellt. Viele erwarten eine nachhaltige Verbesserung der Auftragslage bis zum dritten Quartal 2010. Die Annahmen über die allgemeine konjunkturelle Entwicklung für 2010 sind damit deutlich besser als die einzelbetrieblichen Einschätzungen das erwarten lassen würden.

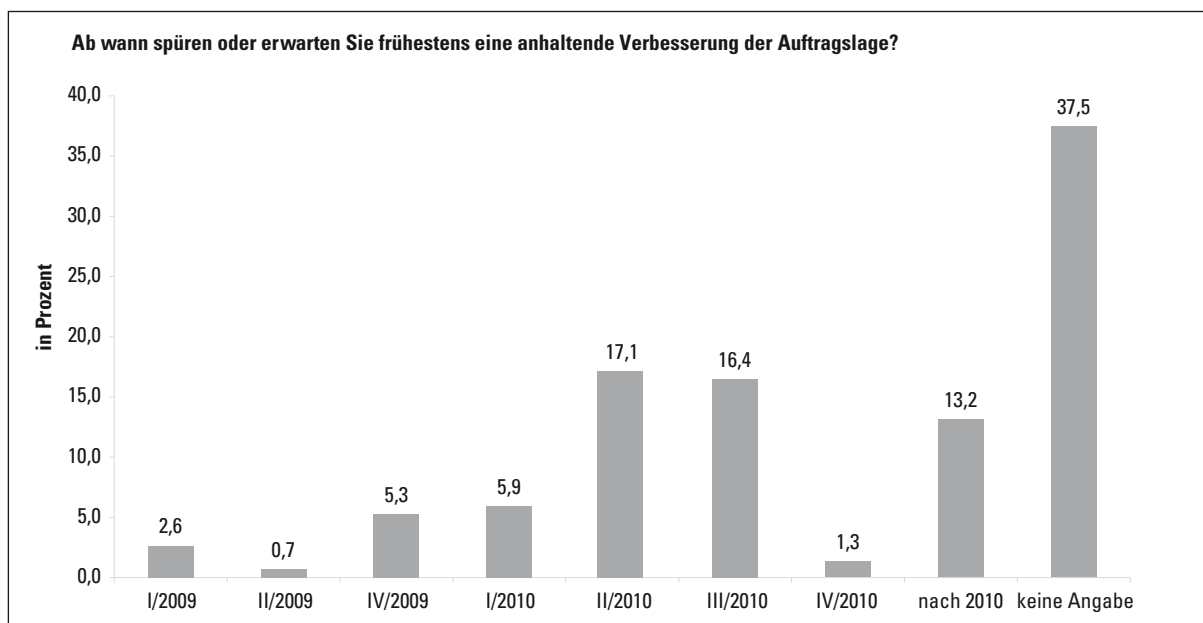


Abbildung 10: Wirtschaftsstimmung - konjunkturelle Belebung

Etwas weniger als die Hälfte der befragten Mitgliedsunternehmen exportiert Waren und/oder Dienstleistungen. 19,1 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen sehen sich 2009 mit fallenden Exporten konfrontiert und sind damit direkt vom weltweiten Nachfragerückgang betroffen. Nur bei 3,3 Prozent stiegen die Exporte im selben Zeitraum an. Damit hat sich das Verhältnis des Anteils der Unternehmen mit ansteigenden Exporten zu denen mit fallenden Exporten binnen eines Jahres umgekehrt. Im Vorjahr hatten noch 12,6 Prozent steigende und 3,2 Prozent fallende Exporte angezeigt. Gemessen an dieser Entwicklung sind die Erwartungen an die Exporte für 2010 sehr hoch. Mit 9,2 Prozent rechnen knapp dreimal so viele Befragte mit steigenden Exporten und deutlich weniger mit fallenden Exporten, als das 2009 tatsächlich der Fall war. Hat sich der entsprechende Saldenwert (Anteil steigend abzüglich Anteil fallend) in 2009 (-15,8) im Vergleich zu 2008 (9,4) sehr deutlich verschlechtert, macht der Saldo der Erwartungen für 2010 (0,6) große Hoffnungen an den Export deutlich.

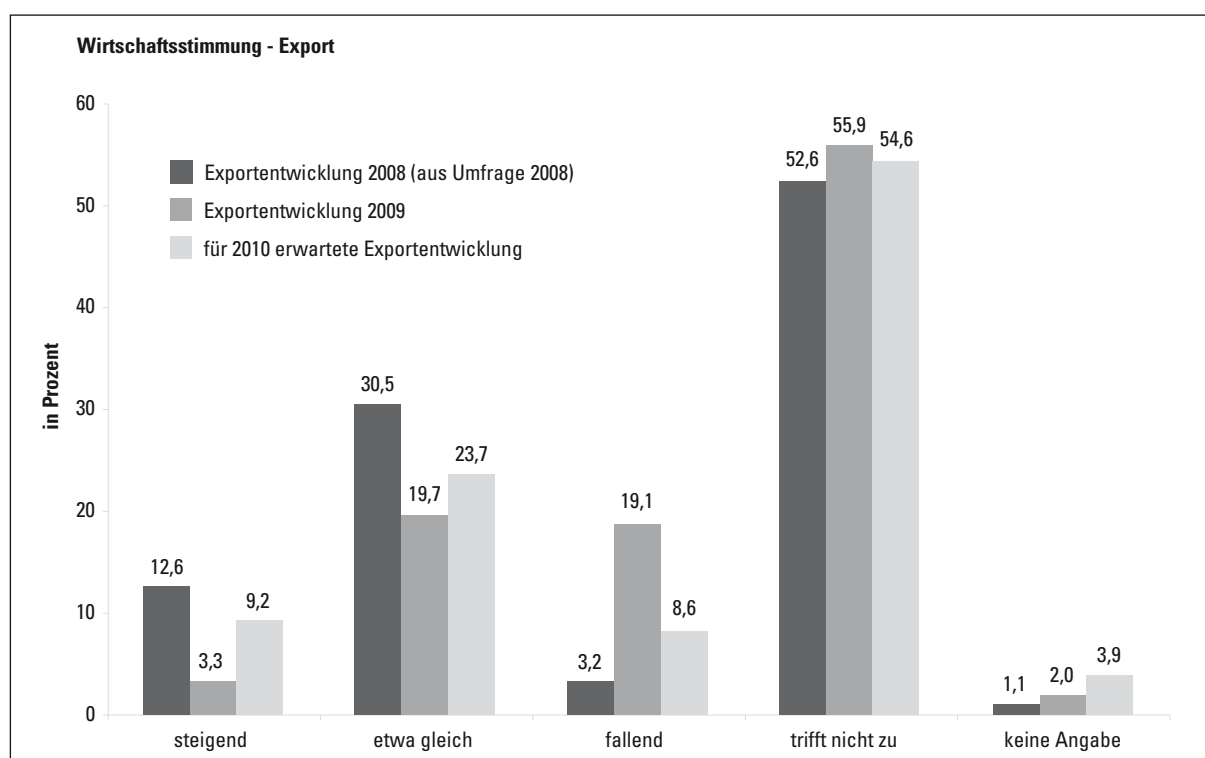


Abbildung 11: Wirtschaftsstimmung - Export und Erwartung

2008 belasteten hohe Energie- und Rohstoffkosten die Erträge, 2009 ist es die Auftragslage, die den Unternehmen zu schaffen macht. Im Vergleich zur Entwicklung der Auftragslage stellt sich die Veränderung der Ertragslage deshalb weniger dramatisch dar. Zwar beurteilen 2009 mit 27,0 Prozent deutlich mehr Befragte die Ertragslage als schlecht, jedoch ist der Anteil der Befragten, die sie 2009 als gut bezeichnen, mit 19,7 Prozent nur 1,4 Prozentpunkte kleiner als 2008. 2010 erwarten nochmals weniger Unternehmen (15,8 Prozent) eine gute Ertragslage, aber mit 19,7 Prozent auch im Vergleich zu 2009 deutlich weniger eine schlechte Ertragslage. Sowohl der Anteil der befragten Unternehmen, die die zukünftige Ertragslage als gut einschätzen, wie auch der Anteil derjenigen, die eine Verschlechterung der Ertragslage erwarten, geht im Vergleich zum Vorjahr zurück. Der Saldenwert der Lageeinschätzung (Anteil gut abzüglich Anteil schlecht) ist in 2009 (7,3) im Vergleich zu 2008 (3,2) gesunken, die Erwartungen für 2010 (-3,9) signalisieren einen neuerlichen Rückgang.

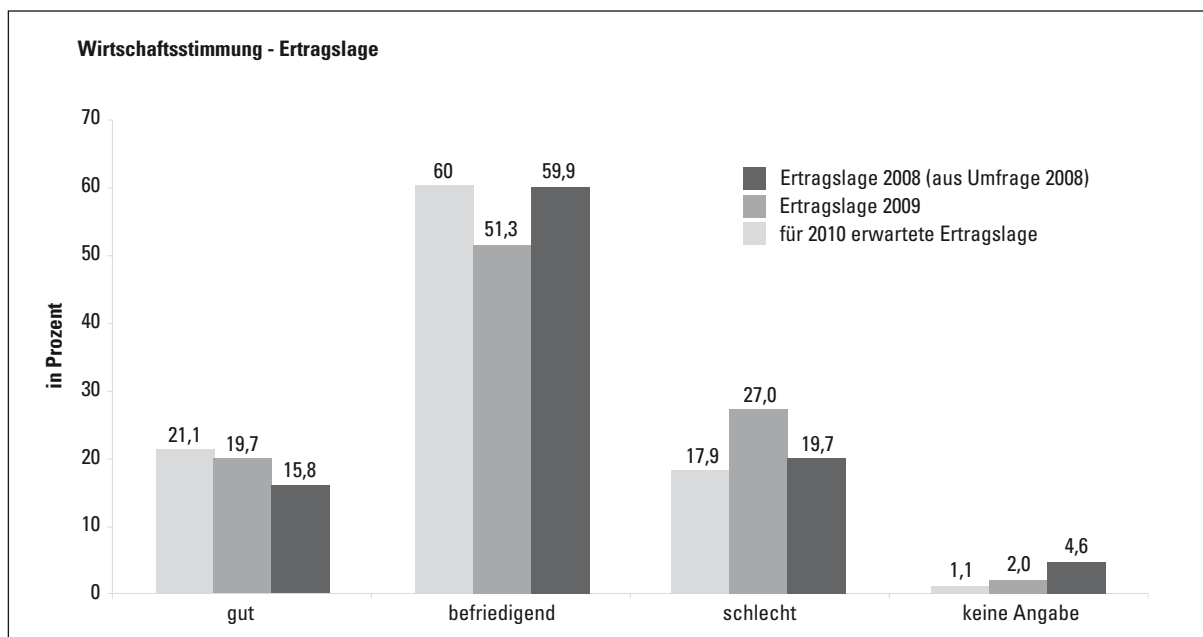


Abbildung 12: Wirtschaftsstimmung - Ertragslage und Erwartung

Einbrechende Auftragslage und verschlechternde Ertragslage haben ihre Wirkung auf die Investitionstätigkeit der Unternehmen. Der Anteil der Unternehmen, deren Investitionen gestiegen sind, ist von 27,4 Prozent in 2008 auf 11,8 Prozent in 2009 geradezu eingebrochen. Ebenso deutlich hat sich im selben Zeitraum der Anteil der Befragten von 24,2 Prozent auf 33,6 Prozent vergrößert, deren Investitionstätigkeit zurückgegangen ist. Mit 12,5 Prozent ist der Anteil der Unternehmen, die bis 2010 eine Ausweitung der Investitionstätigkeit planen, nur geringfügig größer als 2009. Mit 26,3 Prozent geht ein etwas kleinerer Teil der Befragten von einem Rückgang der Investitionstätigkeit in 2010 aus, so dass sich die Investitionstätigkeit auch in 2010 beim Großteil der Unternehmen auf dem Niveau von 2009 bewegen dürfte. Der Saldenwert der Lageeinschätzung ist in 2009 (-21,8) im Vergleich zu 2008 (3,2) dramatisch gesunken, die Erwartungen für 2010 (-13,8) deuten auf einen leichten Anstieg der Investitionstätigkeit hin.

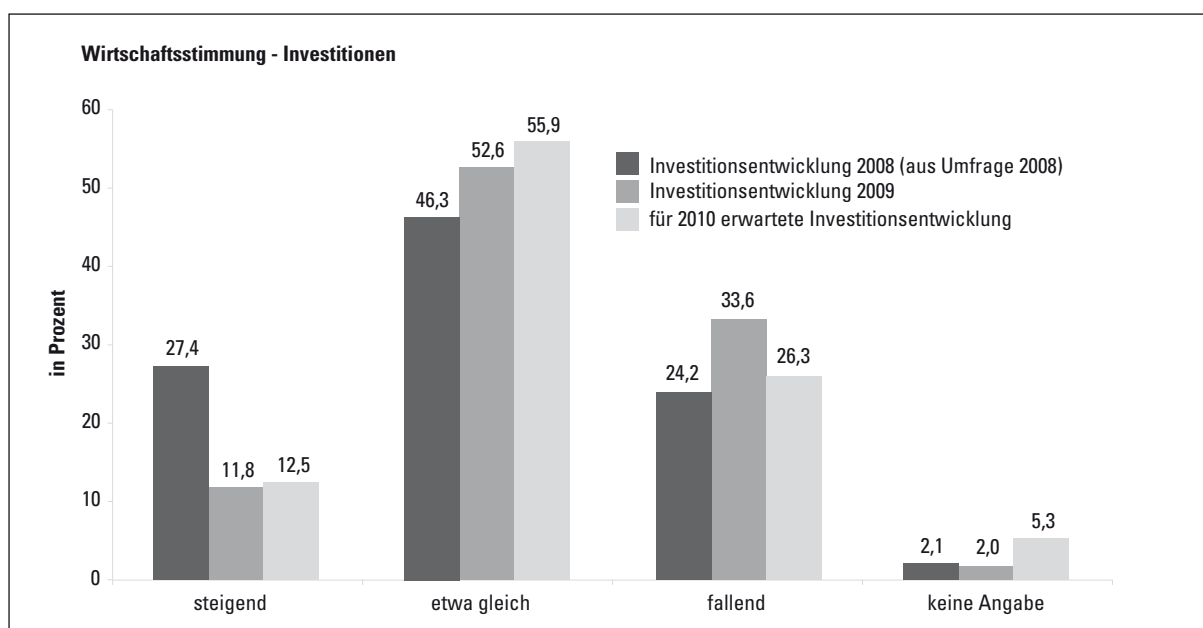


Abbildung 13: Wirtschaftsstimmung - Investitionen und Erwartung

Die Beschäftigungsentwicklung gleicht tendenziell der Investitionsentwicklung. Nur noch 7,2 Prozent der befragten Unternehmen haben 2009 den Personalbestand erhöht. Im Vergleich zu 2008 bedeutet das einen Rückgang um 19,1 Prozentpunkte. Komplementär dazu stieg der Anteil der Befragten, bei denen die Mitarbeiterzahl sank, von 13,7 in 2008 auf 23,7 Prozent in 2009. Für 2010 erwarten 20,4 Prozent der Unternehmen einen Rückgang und 6,6 Prozent eine Erhöhung der Beschäftigtenzahlen. Demnach dürfte sich die Beschäftigung 2010 beim Großteil der Unternehmen etwa auf dem Niveau von 2009 bewegen. Der Saldenwert der Lageeinschätzung ist in 2009 (-16,5) im Vergleich zu 2008 (12,6) drastisch gesunken, die Erwartungen für 2010 (-13,8) deuten vor diesem Hintergrund auf eine leichte Verbesserung hin.

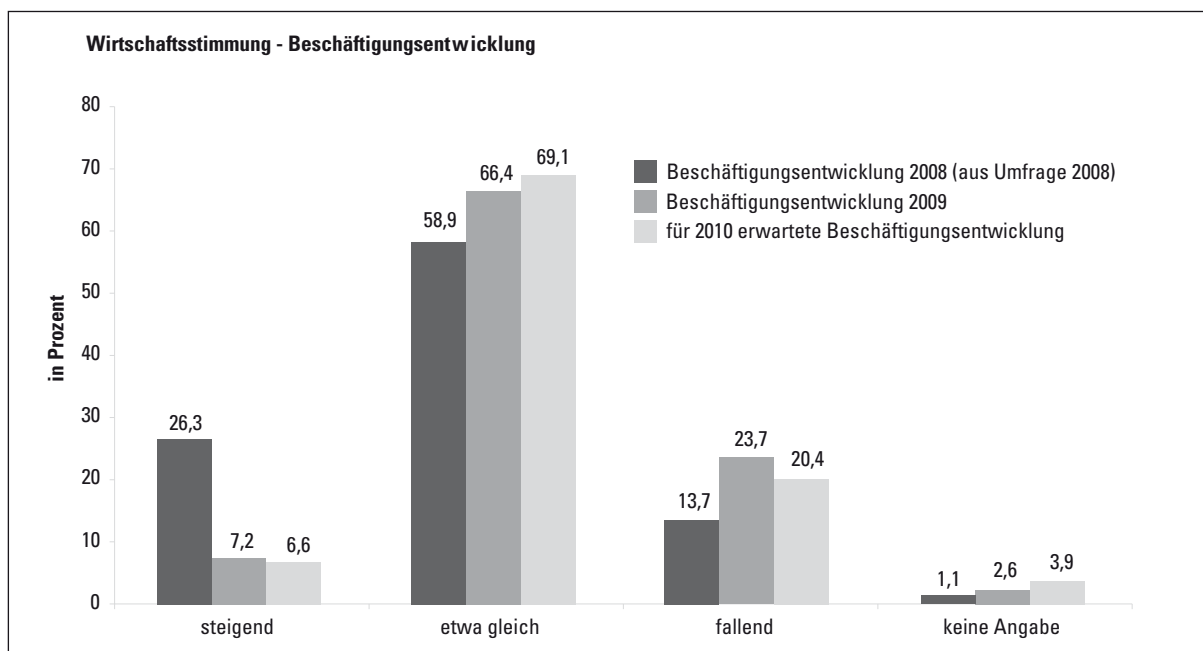


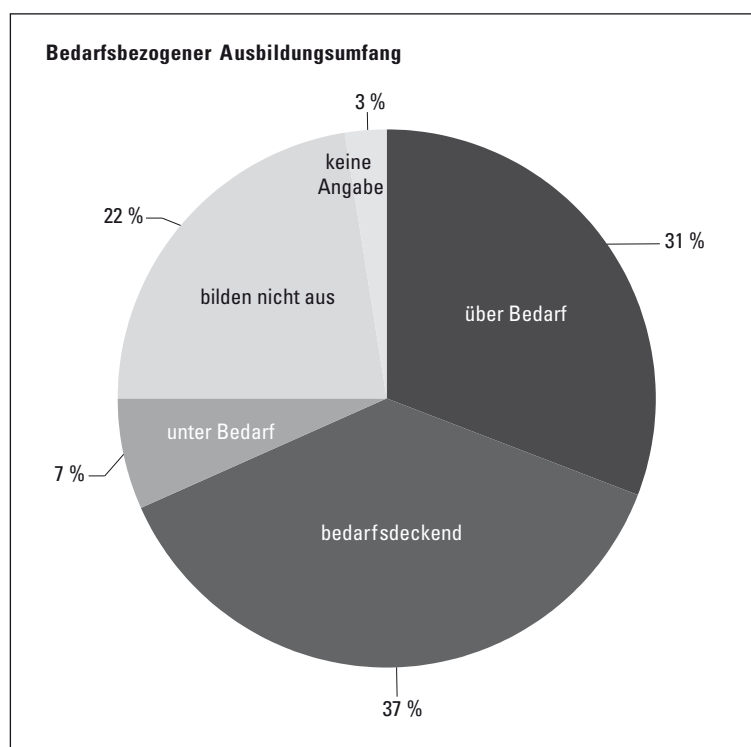
Abbildung 14: Wirtschaftsstimmung - Beschäftigungsentwicklung und Erwartung

Kurz und Knapp

Die Rezession hat die Wirtschaftsstimmung in Thüringen tiefgreifend verändert. 24,3 Prozent der befragten Unternehmen sehen sich mit einer schlechten Auftragslage konfrontiert. Nur noch 3,3 Prozent meldeten 2009 steigende Exporte, damit ist dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr auf nahezu ein Viertel geschrumpft. Der Rückgang der Erträge stellt sich weniger dramatisch dar, weil sie schon im Vorjahr durch hohe Energie- und Rohstoffpreise belastet wurden. Mit 33,6 Prozent haben circa ein Drittel der Befragten die Investitionen zurückgefahren. Zwar haben 2009 nur noch 7,2 Prozent der Unternehmen zusätzliche Mitarbeiter eingestellt, jedoch wurde bisher in 66,4 Prozent von Personalanpassungen abgesehen.

Für die Erwartungen hinsichtlich Auftrags- und Ertragslage zeigt sich die Tendenz, dass sowohl der Anteil der befragten Unternehmen, die die zukünftige Lage als gut einschätzen, wie auch der Anteil derjenigen, die eine Lageverschlechterung in 2010 erwarten, im Vergleich zum Vorjahr zurückgehen. Die entsprechenden Saldenwerte der Erwartungen signalisieren erneute Rückgänge. Im Gegensatz dazu erwarten 49,3 Prozent eine allgemeine wirtschaftliche Belebung bis zum dritten Quartal 2010. Die Annahmen über die allgemeine konjunkturelle Entwicklung für 2010 sind damit deutlich besser als die einzelbetrieblichen Einschätzungen das erwarten lassen würden. Gemessen am Rückgang 2009 sind die Erwartungen an den Export für 2010 sehr hoch. Vor diesem Hintergrund müssen die für 2010 erwartete leichte Erholung der Investitionstätigkeit und Beschäftigungsentwicklung betrachtet werden.

3.3 Ausbildung



Trotz der dramatisch schlechteren Wirtschaftsstimmung ist die Ausbildungsbereitschaft der Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände unverändert hoch. 75 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigten Auszubildende, wobei 37 Prozent bedarfsdeckend und 31 Prozent sogar über den eigenen Fachkräftebedarf hinaus ausbilden. Der Anteil der Unternehmen, die unter Bedarf ausbilden ist zwar im Vergleich zum Vorjahr auf jetzt 7 Prozent leicht gestiegen (+3 Prozentpunkte), aber auch der Anteil derjenigen, die nicht ausbilden ist um einen Prozentpunkt zurückgegangen und beträgt jetzt 22 Prozent.

Abbildung 15: Bedarfsbezogener Ausbildungsumfang

Ein wichtiger Grund für nicht besetzte Ausbildungsplätze ist ein Mangel an geeigneten Bewerbern, während die Wirtschaftslage im Bereich Ausbildung derzeit eher von untergeordneter Bedeutung ist. Nur knapp 10 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen gaben an, dass Ausbildungsplätze wegen der Wirtschaftslage abgebaut wurden, hingegen sagen 30 Prozent, dass Ausbildungsplätze nicht besetzt werden konnten, weil geeignete Bewerber fehlten. Angesichts der demografischen Entwicklung muss dieses Potenzial schnell und nachhaltig erschlossen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit der ansässigen Unternehmen auch in Zukunft zu sichern.

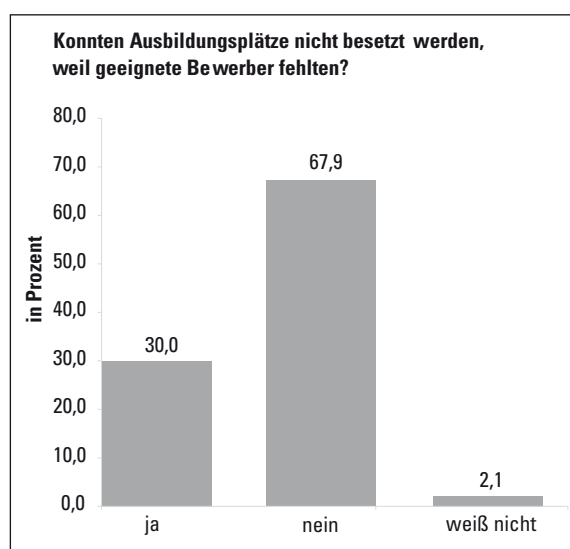


Abbildung 16: Geeignete Bewerber

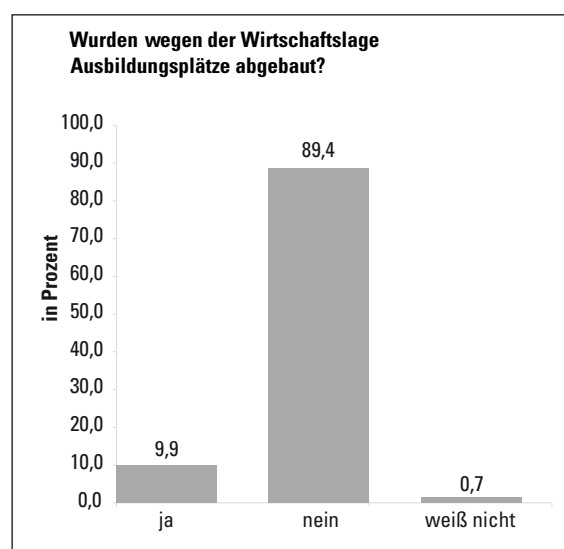


Abbildung 17: Ausbildungsplätze abgebaut

Kurz & Knapp

Das Ausbildungsengagement der befragten Unternehmen ist trotz Wirtschaftslage ungebrochen hoch. Die Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände geben jungen Menschen eine Perspektive in Thüringen und leisten damit einen nachhaltigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Freistaats.

3.4 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Auch bei der Jahresumfrage 2009 wurden die Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände zur Einschätzung ihrer wirtschaftlichen Rahmenbedingungen befragt. Von Interesse ist dabei, wie sich die Bewertung der Unternehmen im Hinblick auf Standortattraktivität, fiskalpolitische Erwartungen und Hausbankzufriedenheit vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise sowie neuer politischer Konstellationen, als Ergebnis der Bundes- und Landtagswahlen, verändert hat.

Die Standortattraktivität Thüringens ist aus Perspektive der Mitgliedsunternehmen im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück gegangen. Der Anteil derer, die der Aussage "Thüringen ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort" eher zustimmen, sank um 2,9 Prozentpunkte auf jetzt 61,3 Prozent, während der Anteil der Befragten, die voll zustimmen nur geringfügig (+0,7 Prozentpunkte) auf 20,7 Prozent anstieg. Insgesamt sind 82 Prozent der Befragten der Auffassung, dass Thüringen ein attraktiver Wirtschaftsstandort ist.

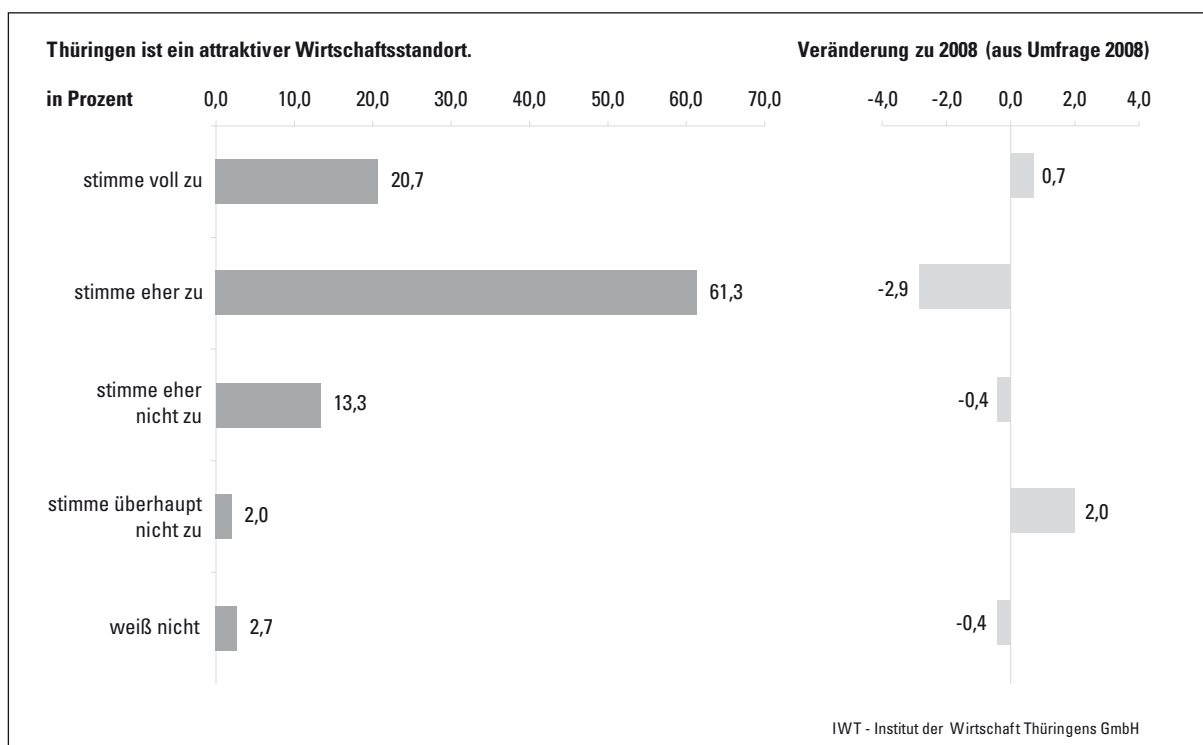


Abbildung 18: Standortattraktivität

Seit Bekanntwerden der Ergebnisse der Bundestagswahl ist die politische Debatte vom Ringen um Steuererleichterungen bestimmt. Dass diese Debatte vornehmlich als finanzpolitische geführt wird, während aus Steuermitteln gespeiste Konjunkturlösungen wirtschaftspolitische Rechtfertigung finden, kommt, obwohl die Finanz- und Wirtschaftskrise nicht nur die Unvollkommenheit von Märkten, sondern auch das Konzept des Staatsversagens nachdrücklich in Erinnerung gerufen hat, der zunehmend interventionistischen Haltung einiger Politiker sehr entgegen. So ein Verständnis greift nicht nur zu kurz, denn es lässt die wirtschaftspolitische Dimension von Fiskalpolitik unberücksichtigt und ignoriert damit die privatwirtschaftliche Basis staatlicher Einnahmen. Es steht dem Interesse der Unternehmen konträr gegenüber und weckt Erwartungen, die der Sozialen Marktwirtschaft schaden.

64,9 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen erwarten Steuersenkungen. Der Anteil derjenigen, die sich für eine Senkung staatlicher Ausgaben aussprechen, ist zwar im Vergleich zum Vorjahr um 12,9 Prozentpunkte zurückgegangen, beträgt aber immer noch 52,2 Prozent. Mit 42,6 Prozent unterstützen deutlich mehr (+16,0 Prozentpunkte) als im Vorjahr staatliche Investitionen, was vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Sorge plausibel wird, denn die Lage ist ernst.

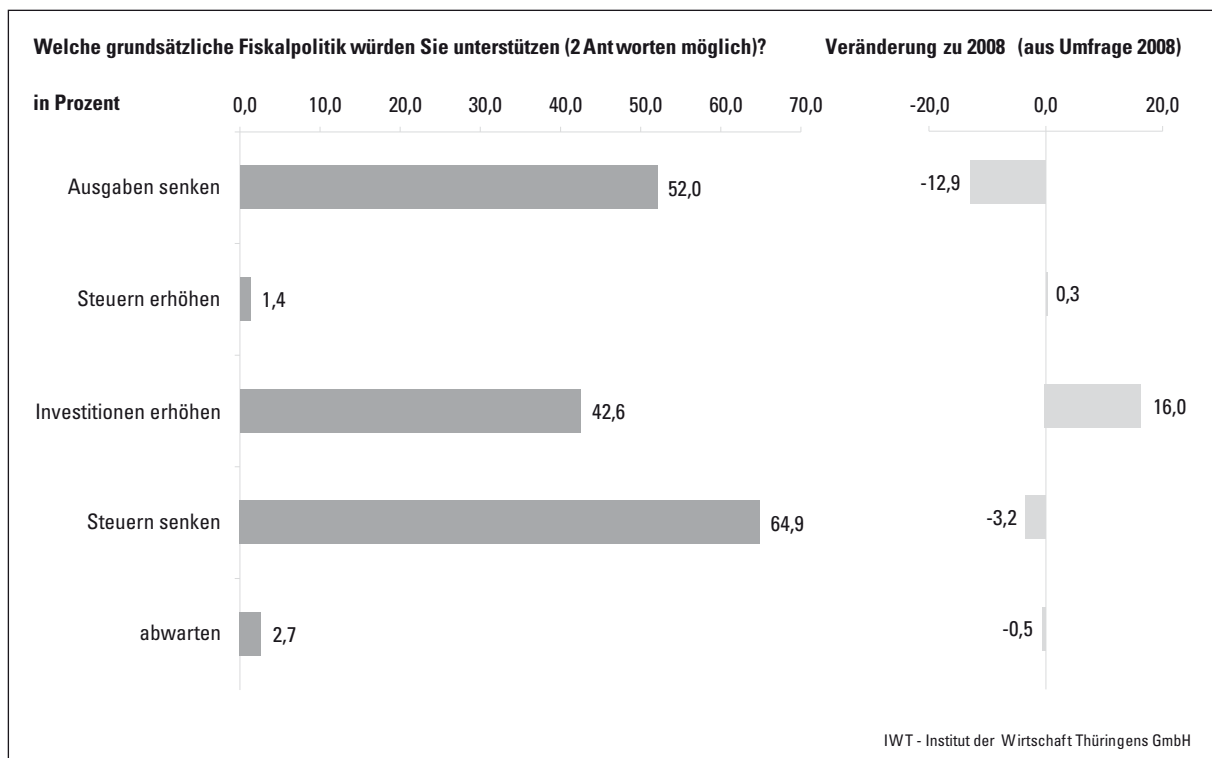


Abbildung 19: Unterstützung Fiskalpolitik

Obwohl 65,7 Prozent der befragten Unternehmen stabil stehen, hat ein Viertel (24,8 Prozent) Schwierigkeiten bei der Liquiditätsversorgung. Bei 2,7 Prozent ist die Liquiditätsversorgung sogar sehr schwierig.

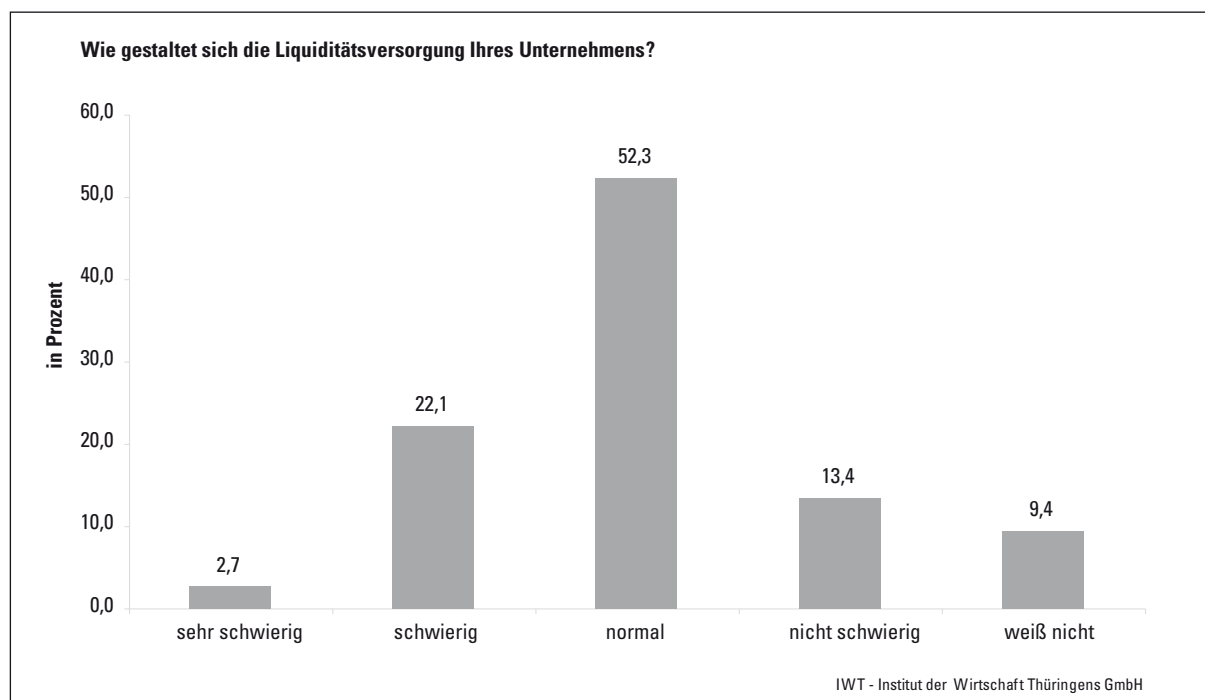


Abbildung 20: Liquiditätsversorgung

Auch die Finanzierungsbedingungen der Unternehmen haben sich verschlechtert. 34,3 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen sagen, dass es schwieriger geworden ist, Kredite für geschäftsübliche Investitionsvorhaben zu bekommen. Es ist zu befürchten, dass diese Entwicklung in noch viel stärkerem Umfang spürbar wird, wenn die Investitionsbereitschaft der Unternehmen wieder steigt, denn die 41,8 Prozent die "weiß nicht" antworteten, sind ein weiteres Indiz dafür, dass viele Unternehmen Investitionen zurückgestellt haben.



Abbildung 21: Kreditklemme

Vor diesem Hintergrund steht die Hausbankbeziehung vor einer besonderen Bewährungsprobe. Diese gestaltet sich aber weit weniger dramatisch, als das angesichts der öffentlichen Debatte zu erwarten war. Zwar ging der Anteil der Befragten, die mit ihrer Hausbank überwiegend zufrieden sind im Vergleich zum Vorjahr um deutliche 12,6 Prozentpunkte auf 59,1 Prozent zurück und der Anteil der eher nicht zufriedenen stieg um 9,6 Prozentpunkte auf 13,4 Prozent, gleichzeitig hat sich jedoch der Anteil derjenigen, die sehr zufrieden sind um 4,7 Prozentpunkte auf jetzt 18,8 Prozent erhöht. Offensichtlich waren die Banken in einigen Fällen in der Lage, die Finanzkrise zur Stärkung ihrer Kundenbeziehungen zu nutzen.

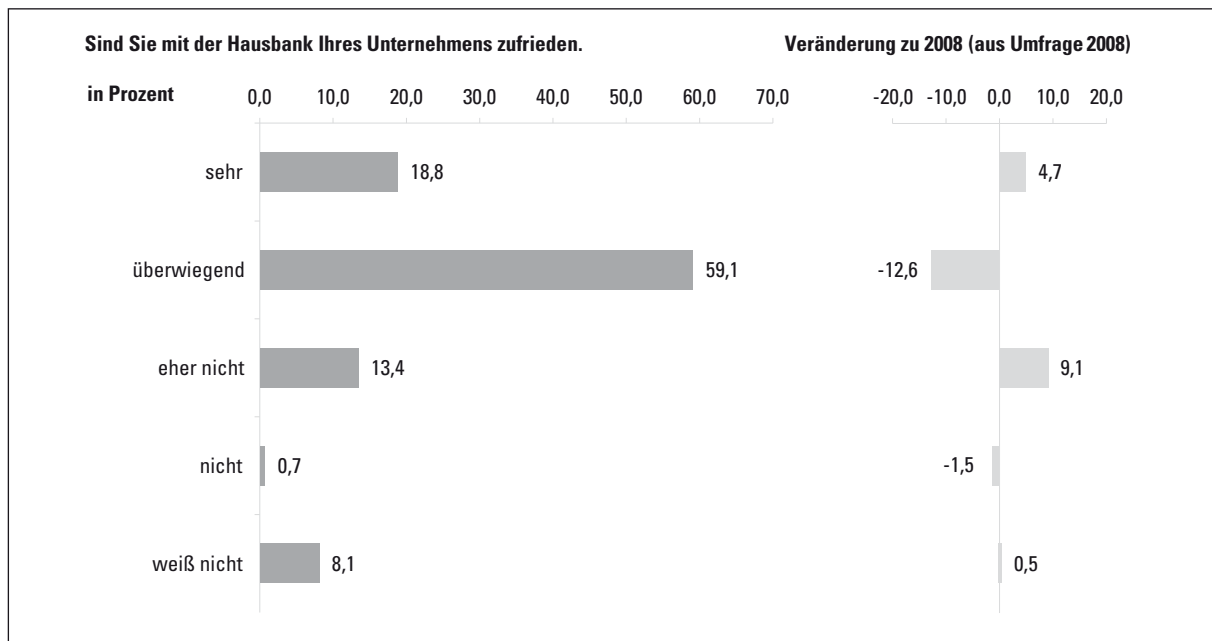


Abbildung 22: Zufriedenheit Hausbank

Ebenfalls in der öffentlichen Kritik standen die Warenkreditversicherer. Auch hier liefert die Umfrage weniger dramatische Ergebnisse. Zwar ist nur ein kleiner Teil von 3,6 Prozent der Befragten mit den Warenkreditversicherern des Unternehmens sehr zufrieden, aber immerhin 34,3 Prozent sind überwiegend zufrieden, während 10 Prozent es eher nicht bzw. 6,4 Prozent es nicht sind.

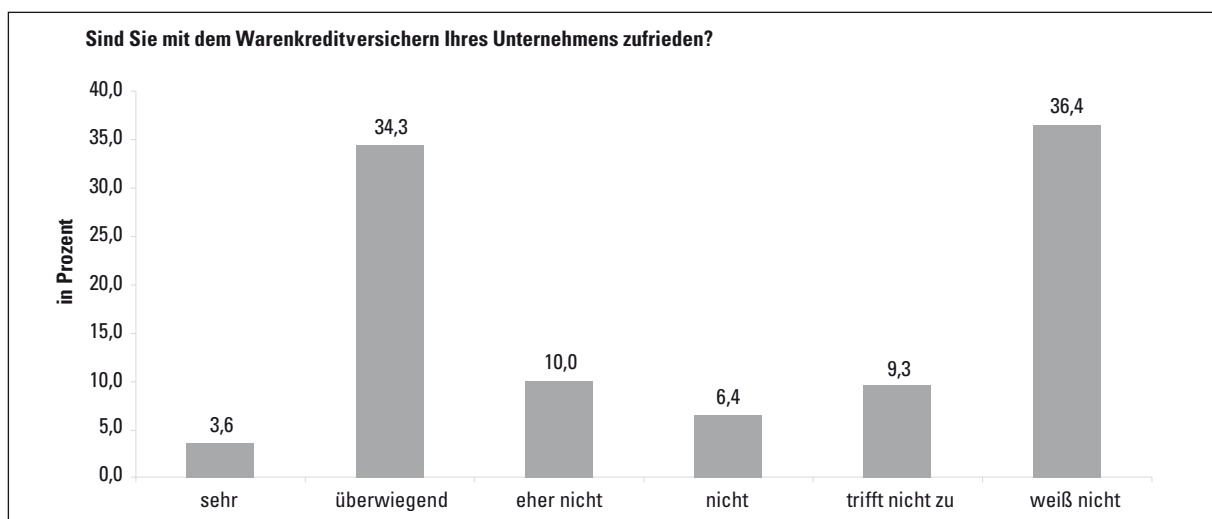


Abbildung 23: Zufriedenheit Warenkreditversicherer

Bei der Zufriedenheit zulegen konnte die Bundesagentur für Arbeit. Der Anteil der Befragten die sehr zufrieden sind stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,4 Prozentpunkte auf 4,7 Prozent. Überwiegend zufrieden sind 62,0 Prozent, was einen Zuwachs von 7,7 Prozentpunkten bedeutet. Das komplementär dazu mit 9,3 Prozent deutlich weniger "weiß nicht" ankreuzten, während die Anteile der Unzufriedenen nahezu konstant blieben, stützt die Annahme, dass sich die Bundesagentur für Arbeit mit der starken Ausweitung der Kurzarbeit und dem damit verbundenen vermehrten Kontakt zu den Unternehmen offensichtlich bewähren konnte.

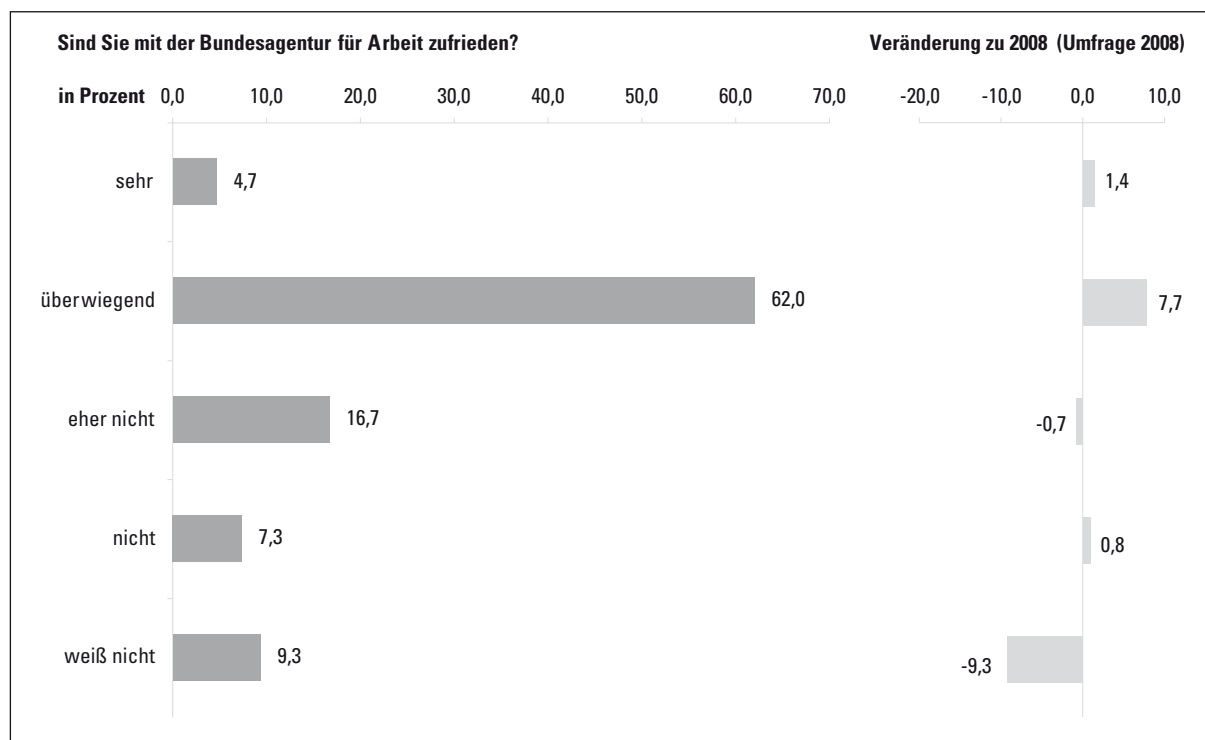


Abbildung 24: Zufriedenheit Bundesagentur für Arbeit

Kurz und Knapp

Die Standortattraktivität Thüringens ist aus Perspektive der Mitgliedsunternehmen im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Insgesamt sind aber 82 Prozent der Befragten der Auffassung, dass Thüringen ein attraktiver Wirtschaftsstandort ist. Von der Fiskalpolitik erwarten 64,9 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen Steuersenkungen. Mit 42,6 Prozent unterstützen deutlich mehr als im Vorjahr staatliche Investitionen.

24,8 Prozent der Unternehmen haben Liquiditätsschwierigkeiten. Die Mehrheit der Mitgliedsunternehmen stand zum Zeitpunkt der Befragung stabil. 34,3 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen sagen, dass es schwieriger geworden ist, Kredite für geschäftsübliche Investitionsvorhaben zu bekommen. Es ist zu befürchten, dass diese Entwicklung in noch viel stärkerem Umfang spürbar wird, wenn die Investitionsbereitschaft der Unternehmen wieder steigt. 77,9 Prozent der Befragten sind mit ihrer Hausbank zufrieden. Die Hausbankbeziehung gestaltet sich also weit weniger dramatisch, als das angesichts der öffentlichen Debatte zu erwarten war. Offensichtlich waren die Banken in einigen Fällen in der Lage, die Finanzkrise zur Stärkung ihrer Kundenbeziehungen zu nutzen. Mit den Warenkreditversicherern zeigten sich 16,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen unzufrieden.

66,7 Prozent sind mit den Leistungen der Bundesagentur für Arbeit zufrieden. Sie konnte mit der starken Ausweitung der Kurzarbeit und dem damit verbundenen vermehrten Kontakt zu den Unternehmen bei der Unternehmenszufriedenheit deutlich zulegen.

3.5 Strategie und Innovation

Die strategische Ausrichtung des Unternehmens ist für den wirtschaftlichen Erfolg elementar. Auf Grundlage von Unternehmenszielen mündet die Analyse externer Bedingungen (Wettbewerber, Kunden, Lieferanten etc.) und interner Ressourcen (Organisationsstruktur, Mitarbeiter, Kapitalausstattung etc.) in die Entwicklung eines relativen Wettbewerbsvorteils.

Wettbewerbsvorteile reichen von Kostenvorteilen bei der Produktion über die Herstellung besonderer Produkte (Produktdifferenzierung) bis zu besonderem Wissen über Kundenbedürfnisse, Zulieferbeziehungen etc. Spezielle Wettbewerbsvorteile ergeben sich durch öffentliche Förderung von Unternehmen, sei es durch öffentlichen Auftrag oder Subventionierung.

Auch die Reichweite, in der die Unternehmen Güter und Dienstleistungen anbieten, d. h. auf welche Märkte das Unternehmen ausgerichtet ist, ist eine entscheidende Weichenstellung. Das Wissen darüber, wie Thüringer Unternehmen einen relativen Wettbewerbsvorteil generieren und auf welchen Märkten sie ihre Produkte anbieten, besitzt große wirtschaftspolitische Bedeutung.

Bei 41,7 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen resultiert der Wettbewerbsvorteil aus Marktwissen und Kooperationen, bei 31,7 Prozent aus der Herstellung besonderer Produkte und bei 20,1 Prozent aus Kostenvorteilen. Nur 2,9 Prozent sind in ihrer Wettbewerbsfähigkeit von gesetzlicher Regulierung und direkten Subventionen abhängig. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass Marktwissen und Kooperation für viele Thüringer Unternehmen von großer Bedeutung sind.

Mit 63,0 Prozent ist die Mehrheit der befragten Mitgliedsunternehmen auf den deutschen Markt ausgerichtet, wobei 37,0 Prozent auf den regionalen Markt und 26 Prozent deutschlandweit ihre Produkte anbieten. Von den auf internationalen Märkten agierenden Unternehmen sind deutlich mehr auf dem Weltmarkt aktiv (24,0 Prozent) als "nur" innerhalb der Europäischen Union (13,0 Prozent). Mit jeweils 37 Prozent sind genauso viele Unternehmen auf internationale wie auf regionale Märkte ausgerichtet.

Die Vernetzung und den Wissenstransfer zu fördern ist effiziente Wirtschaftspolitik, weil sie auf der Stärke vieler ansässiger Unternehmen aufbaut, den Wettbewerb wenig verzerrt und nachhaltig wettbewerbsfähige Strukturen schafft. Dabei muss die Marktausrichtung der Unternehmen berücksichtigt werden. Entsprechende Wirtschaftspolitik sollte deshalb gleichermaßen regionale wie internationale Verflechtung der Thüringer Wirtschaft fördern.



Abbildung 25: Wettbewerbsvorteil

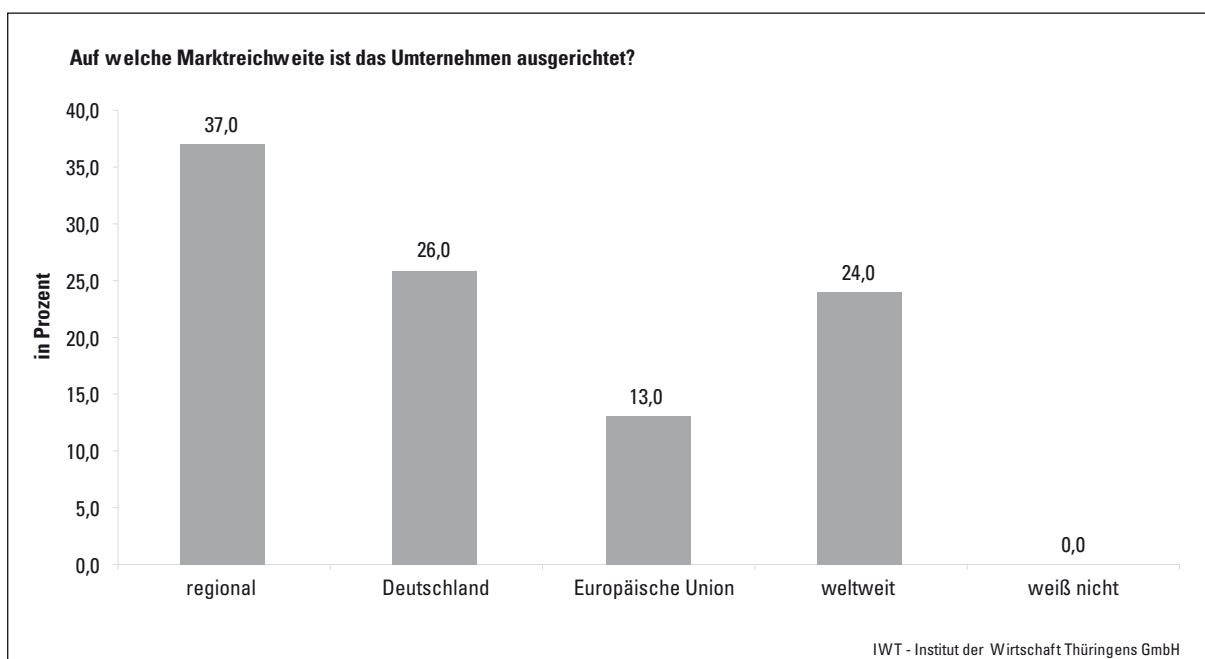


Abbildung 26: Marktreichweite

Gerade bei der Entwicklung innovativer Produkte sind Unternehmen häufig auf Kooperationspartner angewiesen. 52,0 Prozent der befragten Unternehmen haben Partner im Bereich Forschung und Entwicklung. Wovon 80,5 Prozent mit Hochschulen und Fachhochschulen, 37,7 Prozent mit anderen Unternehmen und 39,0 Prozent mit sonstigen privaten oder öffentlichen Organisationen zusammenarbeiten. Das unterstreicht die besondere Bedeutung der Universitäten und Fachhochschulen für die Forschungs- und Entwicklungsarbeit der ansässigen Unternehmen und zeigt das Potenzial, das in einer weiteren Verbesserung des Wissenstransfers zwischen den Unternehmen liegt.

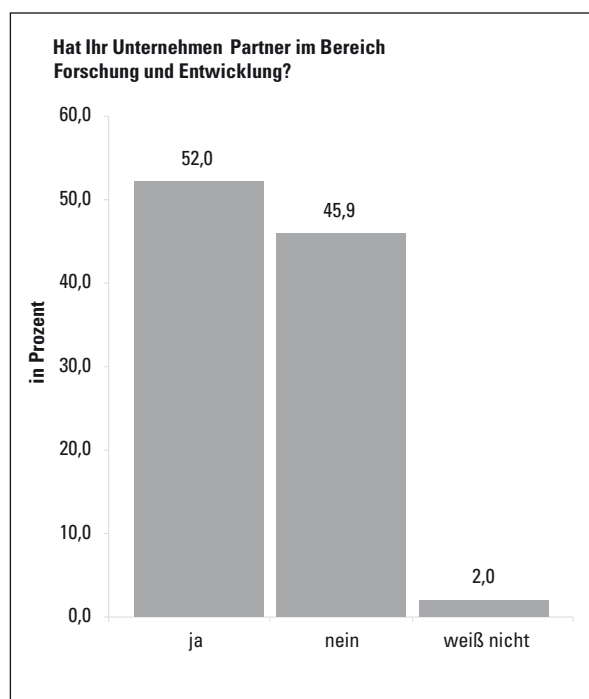


Abbildung 27: Partner im Bereich Forschung und Entwicklung I

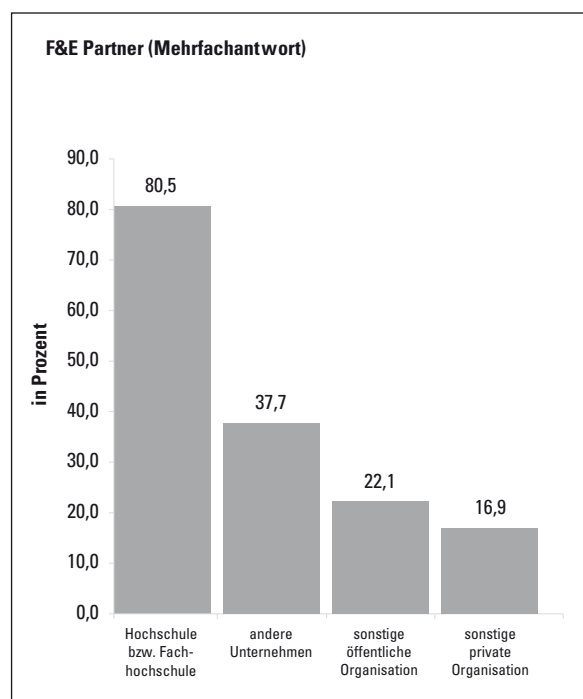


Abbildung 28: Partner im Bereich Forschung und Entwicklung II

Die Innovationstätigkeit der Thüringer Wirtschaft steigt auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Bis Ende 2010 wird sich die Innovationstätigkeit voraussichtlich bei 21,0 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen erhöhen und nur bei 7,7 Prozent verringern.

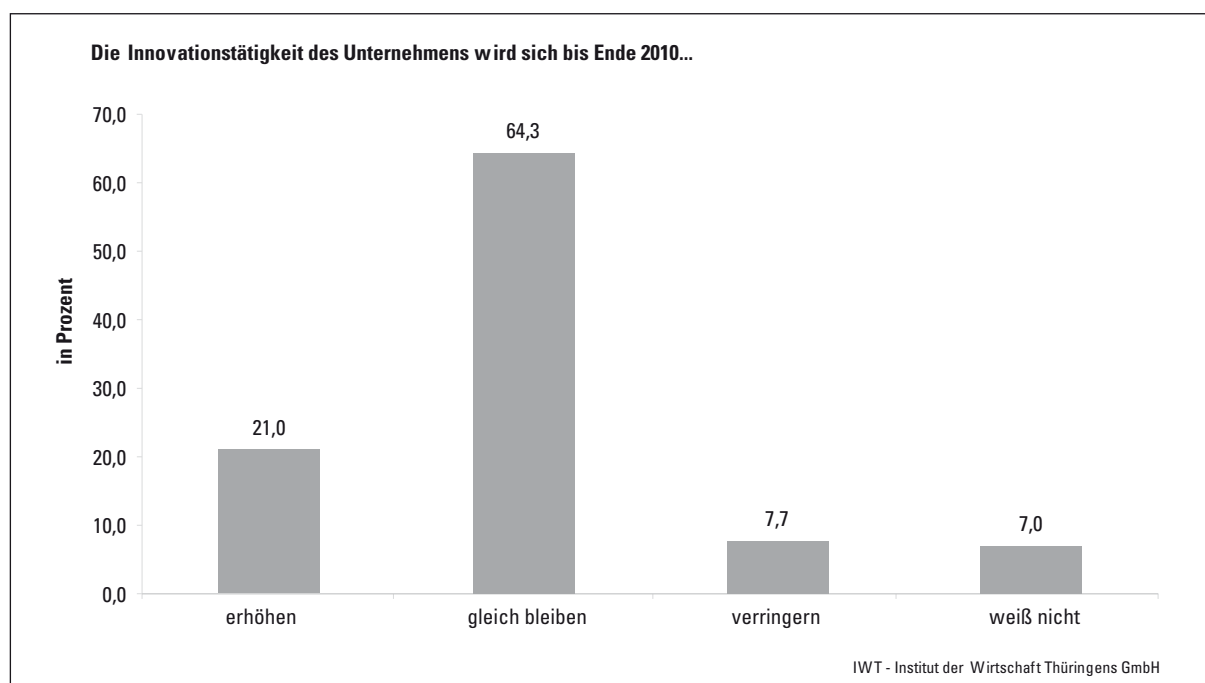


Abbildung 29: Tendenz der Innovationstätigkeit

Der Blick auf die Innovationskonzepte der Unternehmen zeigt, dass die Innovationstätigkeit erwartungsgemäß vor allem auf Produkt- und Prozessmodifikationen gerichtet ist, wobei Produktmodifikationen mit 76,2 Prozent etwas häufiger vorkommen als Prozessmodifikationen (66,0 Prozent). Die Innovationstätigkeit ist aber nicht nur auf Technologie gerichtet. Die Erschließung neuer Märkte (51,0 Prozent), Entwicklung zusätzlicher Dienstleistungen (47,6 Prozent) und neuer Geschäftsfelder (41,5 Prozent) wird häufiger verfolgt als die Neuproduktentwicklung (27,9 Prozent) und die Entwicklung neuer Produktionslinien (6,1 Prozent).

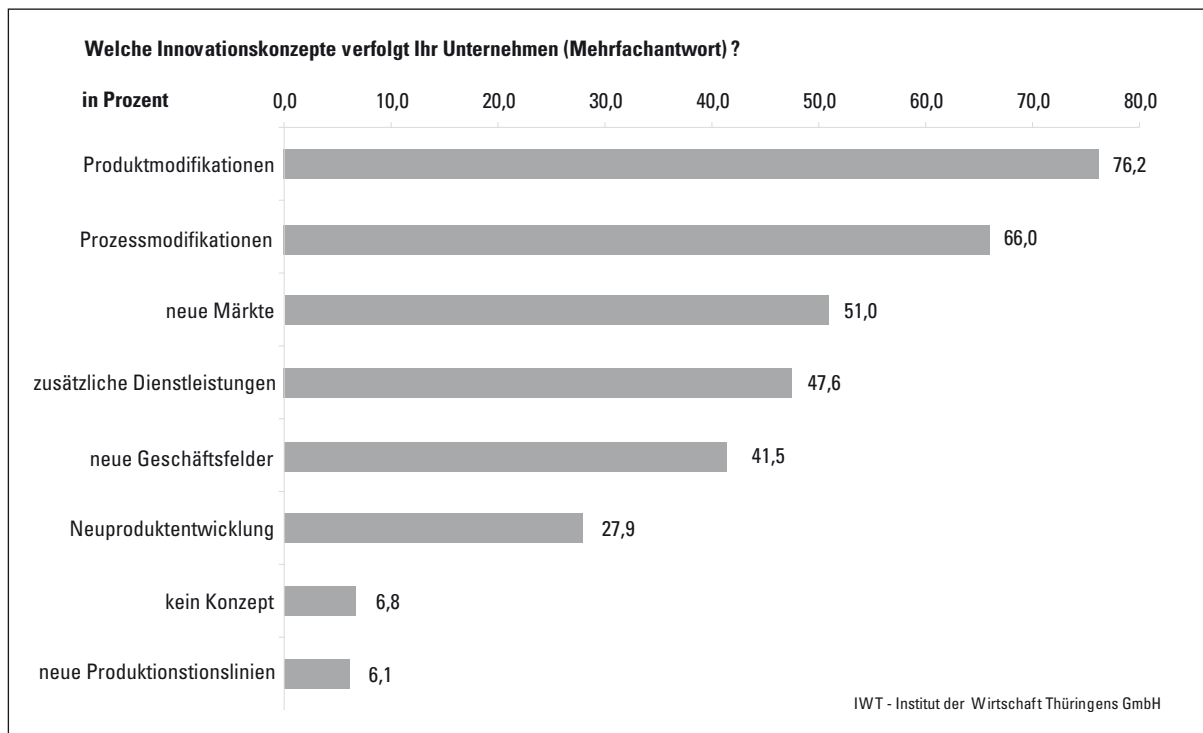


Abbildung 30: Innovationskonzepte

Bei der Technologieförderung empfiehlt sich der Entwicklung neuer Produktionslinien größere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Innovative Produktionslinien erzeugen Wertschöpfungstiefe und sichern dauerhaft Wettbewerbsvorteile. Vor dem Hintergrund dieser Ziele verdienen auch innovative Marketing- und Vertriebskonzepte sowie die Entwicklung zusätzlicher Dienstleistungen wachsende Beachtung.

Kurz & Knapp

Mit jeweils 37,0 Prozent sind genauso viele Unternehmen auf internationale wie auf regionale Märkte ausgerichtet. Wettbewerbsvorteile sichert der größte Teil der befragten Unternehmen (41,7 Prozent) durch Marktwissen und Kooperationen. 52,0 Prozent der befragten Unternehmen haben Partner im Bereich Forschung und Entwicklung. Davon arbeiten 80,5 Prozent mit Hochschulen und Fachhochschulen zusammen. Die Innovationstätigkeit wird sich bis Ende 2010 bei voraussichtlich 21,0 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen erhöhen. Der Blick auf die Innovationskonzepte der Unternehmen zeigt, dass die Innovationstätigkeit erwartungsgemäß vor allem auf Produkt- und Prozessmodifikationen gerichtet ist, wobei Produktmodifikationen mit 76,2 Prozent etwas häufiger vorkommen als Prozessmodifikationen (66,0 Prozent). Neue Produktionslinien entwickeln 6,1 Prozent.

3.6 Gesellschaftliches Engagement

Nicht erst durch die jüngste Finanz- und Wirtschaftskrise sind wirtschaftliche Entwicklung und Unternehmen von gesellschaftlichem Interesse. Unternehmen agieren auf regionalen, nationalen sowie internationalen Märkten, sind Treiber der Globalisierung und stehen damit in Wechselbeziehung zu unterschiedlichsten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Zudem transportieren zunehmend die Mitarbeiter individuelle Vorstellungen des Zusammenlebens, die sich nicht nur im jeweiligen lokalen Kontext auf Wahrnehmung und Erfolg des Unternehmens auswirken. Dadurch gewinnt eine eigenständige Unternehmenskultur an betriebswirtschaftlicher Bedeutung, auf deren Grundlage das Handeln der Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Zusammenhängen unternehmensintern motiviert, legitimiert, korrigiert und sanktioniert werden kann. Auf der Basis ausgeprägter Unternehmenskultur können aber auch von außen wirksam Ansprüche formuliert werden, die dem Unternehmen über das operative Geschäft hinausgehende gesellschaftliche Verantwortung zuschreiben, sofern elementare Werte der öffentlich kommunizierten Unternehmenskultur betroffen sind. Vor diesem Hintergrund stellen sich Fragen nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen - nach Corporate Social Responsibility.

Die Zuweisung von Verantwortung ist Kern politischen Handelns. Daran werden die Grenzen von CSR deutlich, denn damit werden Fragen der Legitimation aufgeworfen. Das gilt ganz besonders in demokratisch und rechtsstaatlich verfassten Staaten, und gerade dann, wenn Interessengruppen einzelnen Unternehmen willkürlich Verantwortung zuschreiben, deren eigentliche Adressaten politische Akteure sind. Aus dieser Perspektive können Unternehmen keine allgemeine gesellschaftliche Verantwortung tragen, die über die Einhaltung der Gesetze hinausgeht. Das schließt jedoch nicht aus, dass jedem einzelnen Unternehmen individuelle Corporate Social Responsibility aus der betriebswirtschaftlich begründeten Unternehmenskultur in Wechselbeziehung mit dem jeweiligen Geschäftsumfeld erwachsen kann.

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement bleibt in Deutschland nicht auf große Unternehmen beschränkt. Es sind die vielen, zum großen Teil inhabergeführten, kleinen und mittleren Unternehmen, die sich wie selbstverständlich im Gemeinwesen engagieren und über Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände politische Prozesse mitgestalten.

Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) als Spitzenorganisationen der deutschen Wirtschaft engagieren sich schon seit langem politisch auf nationaler und internationaler Ebene, um den Unternehmen die notwendige Unterstützung für ihr freiwilliges und eigenverantwortliches Engagement zu geben. Diese Interessenvertretung findet auch auf regionaler Ebene in der Arbeit der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände ihre Entsprechung und wird damit der regionalen Verankerung der vielen kleinen und mittleren Unternehmen in besondere Weise gerecht.

In jeweils über der Hälfte der befragten Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände ist Corporate Social Responsibility bereits im Leitbild verankert (57,5 Prozent), und/oder wird bei der Personalentwicklung eingesetzt (54,9 Prozent) bzw. innerhalb unternehmensbezogener CSR-Projekte verfolgt (52,2 Prozent).

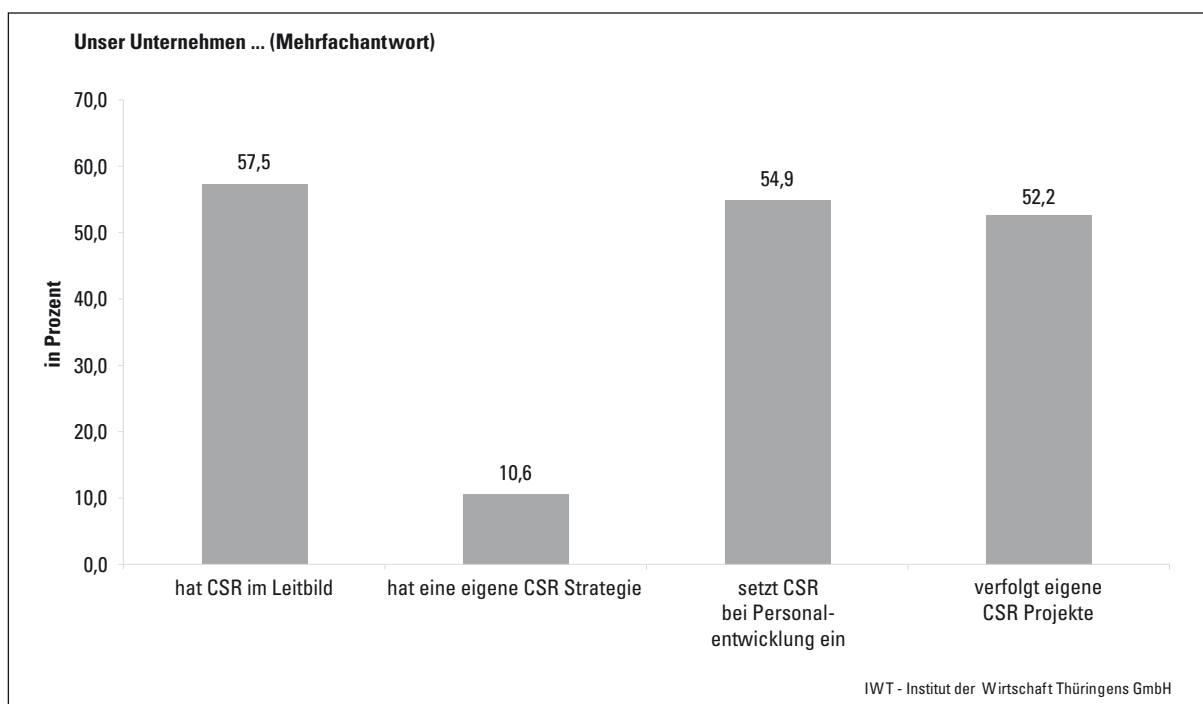


Abbildung 31: CSR-formale Integration

Die grundsätzlich positive Einstellung gegenüber freiwilligem Engagement der befragten Verantwortlichen der Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände unterstreicht die Relevanz des Themas. Mit 81,3 Prozent steht die überwiegende Mehrheit der Befragten freiwilligem Engagement sehr aufgeschlossen gegenüber und befürwortet es auch dann, wenn sich daraus möglicherweise "nur" langfristig Wettbewerbsvorteile ergeben oder gar keine Wettbewerbsvorteile erkennbar sind. Eher restriktiv positionierten sich 13,3 Prozent der Unternehmensverantwortlichen, wobei 8,0 Prozent für freiwilliges Engagement eintreten, wenn es im unmittelbaren Geschäftsinteresse liegt².

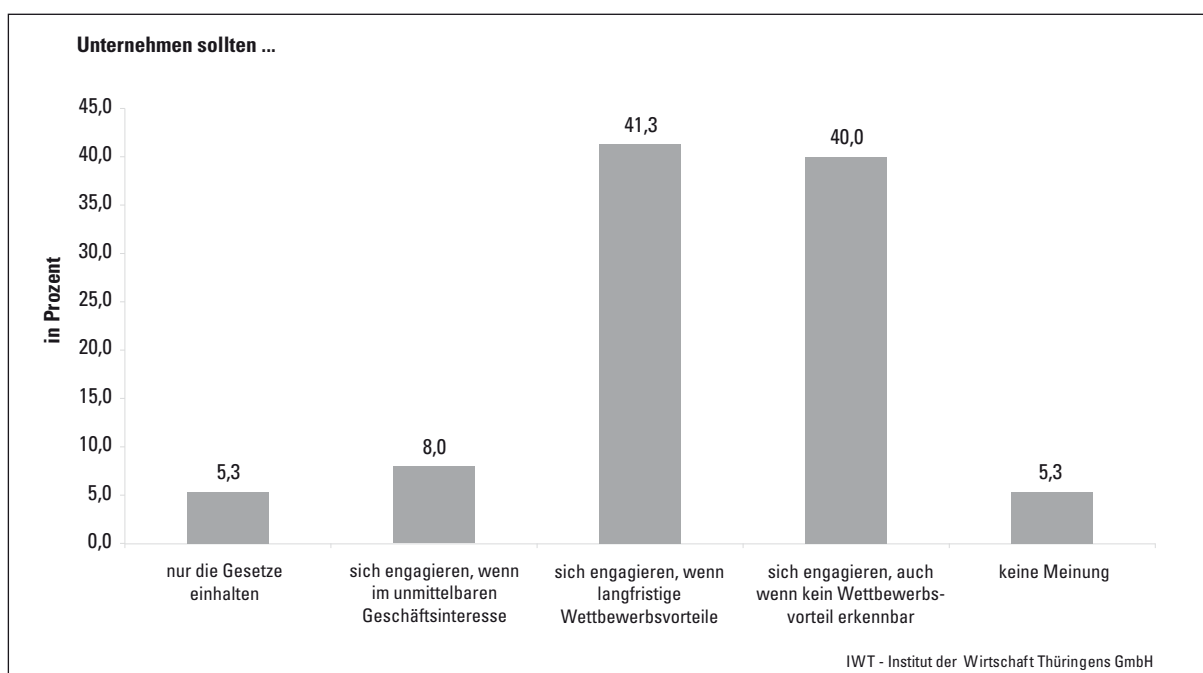


Abbildung 32: CSR-Einstellung der Befragten

² Die eingesetzte Skala entspricht weitgehend der von Salzmann, Steger, Ionescu-Somers (2008). In Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Spezial Issue 3. Corporate Social Responsibility S.10.

Diese aufgeschlossene Haltung gegenüber Corporate Social Responsibility ist gebunden an (1) die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens, (2) die Freiwilligkeit des jeweiligen aus Eigeninitiative verfolgten Engagements und (3) die grundsätzliche Anerkennung des wirtschaftlichen Beitrages, der durch Beschäftigungssicherung vom Unternehmen geleistet wird.

Nur wettbewerbsfähige und wirtschaftlich gesunde Unternehmen können einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen leisten. 91,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen sagen, dass wirtschaftliche Leistungsfähigkeit die Voraussetzungen für gesellschaftliches Engagement ist. Corporate Social Responsibility Initiativen entspringen dem Engagement des jeweiligen Unternehmens und beruhen für 91,2 Prozent der Befragten auf Eigeninitiative und Eigenverantwortung. Unternehmen sichern Arbeitsplätze und damit das Einkommen von Arbeitnehmern, Sozialversicherungen und Staatshaushalt. 89,3 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen stimmen dem zu, dass Unternehmen vor allem gesellschaftliche Verantwortung tragen, indem sie Arbeitsplätze sichern.

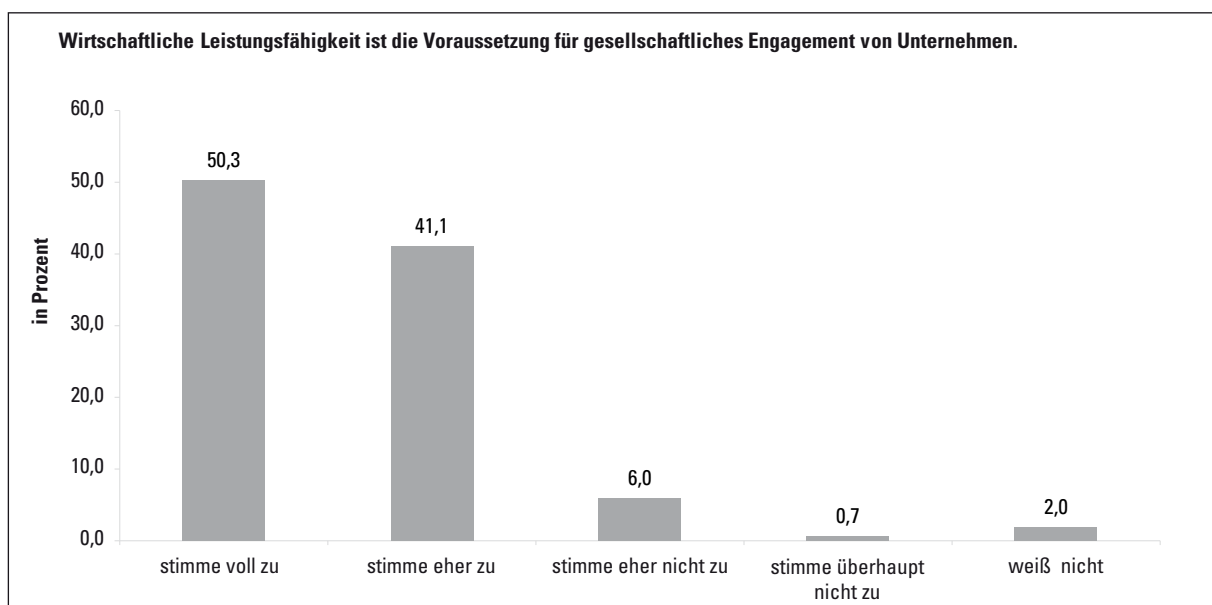


Abbildung 33: CSR-Voraussetzung - wirtschaftliche Leistungsfähigkeit

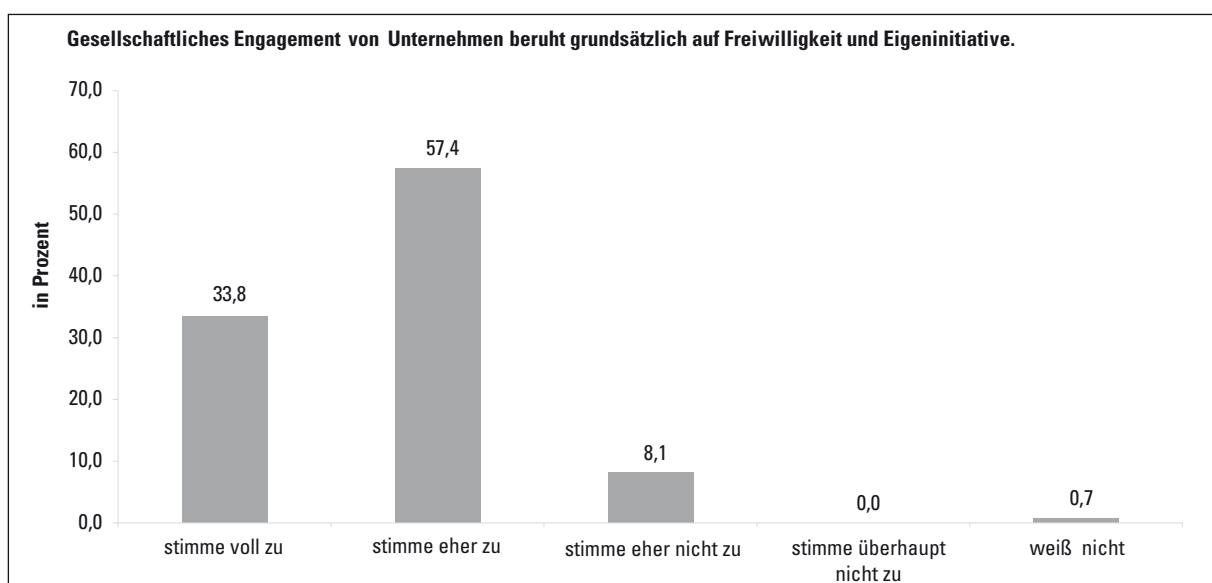


Abbildung 34: CSR-Voraussetzung - Freiwilligkeit und Eigeninitiative

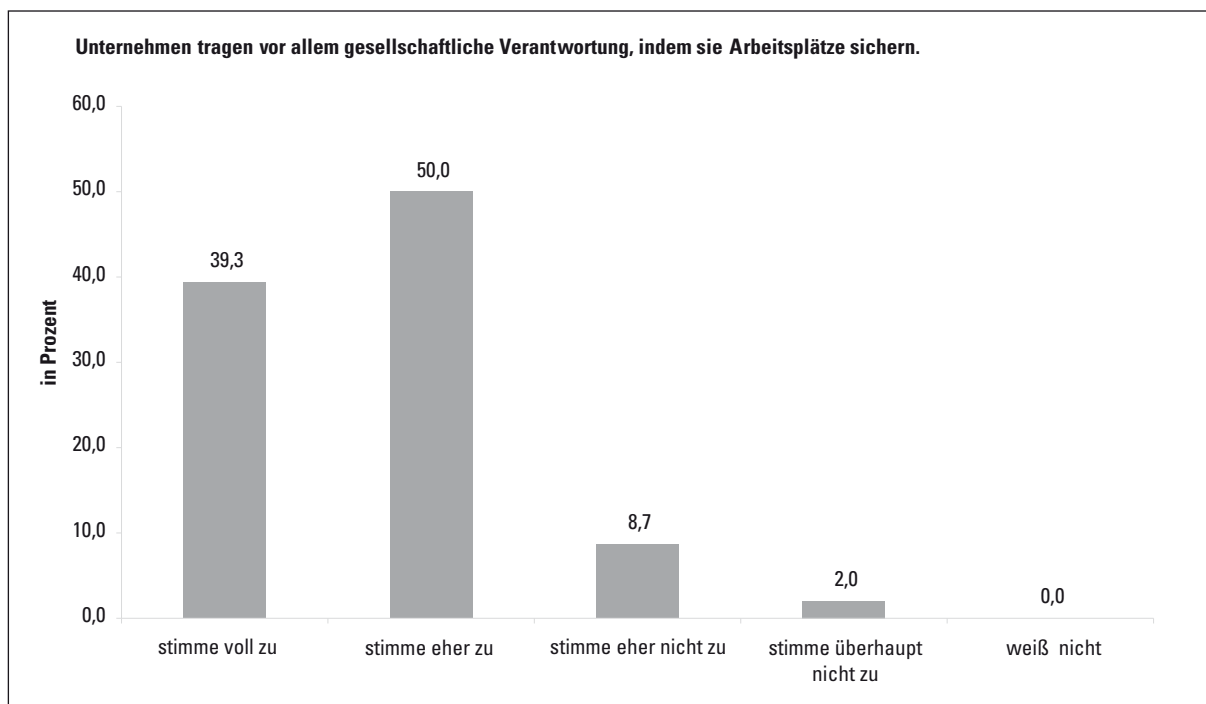


Abbildung 35: CSR-Voraussetzung - Anerkennung Beschäftigungssicherung

Die aufgeschlossene Haltung spiegelt sich in den Aktivitäten der Unternehmen wider. 94,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen haben sich in den letzten 24 Monaten gesellschaftlich engagiert. Hervorzuheben ist darüber hinaus, dass, obwohl sich Wirtschaftslage, Wirtschaftsstimmung sowie die Rahmenbedingungen in den letzten 12 Monaten dramatisch verschlechtert haben, nur 10,6 Prozent der befragten Unternehmen ihr gesellschaftliches Engagement spürbar verringert haben.

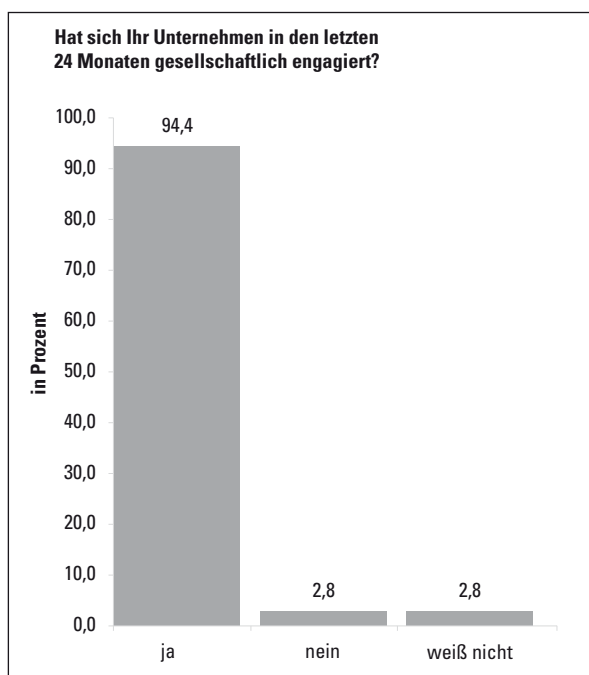


Abbildung 36: CSR-Engagement I

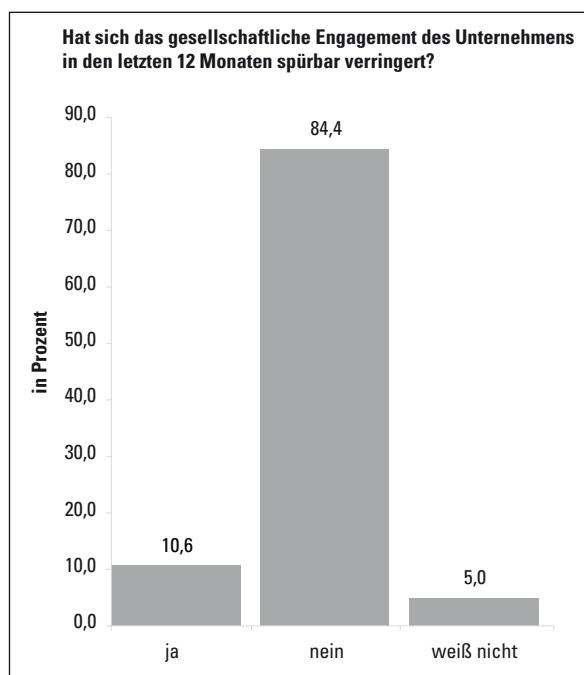


Abbildung 37: CSR-Engagement II

Demgegenüber würde die Bürokratisierung, wie die Einführung einer Berichtspflicht, bei 49,6 Prozent zu Einschränkungen des gesellschaftlichen Engagements führen. Schon jetzt hemmen bürokratische Hürden bei 33,1 Prozent der befragten Unternehmen das gesellschaftliche Engagement.

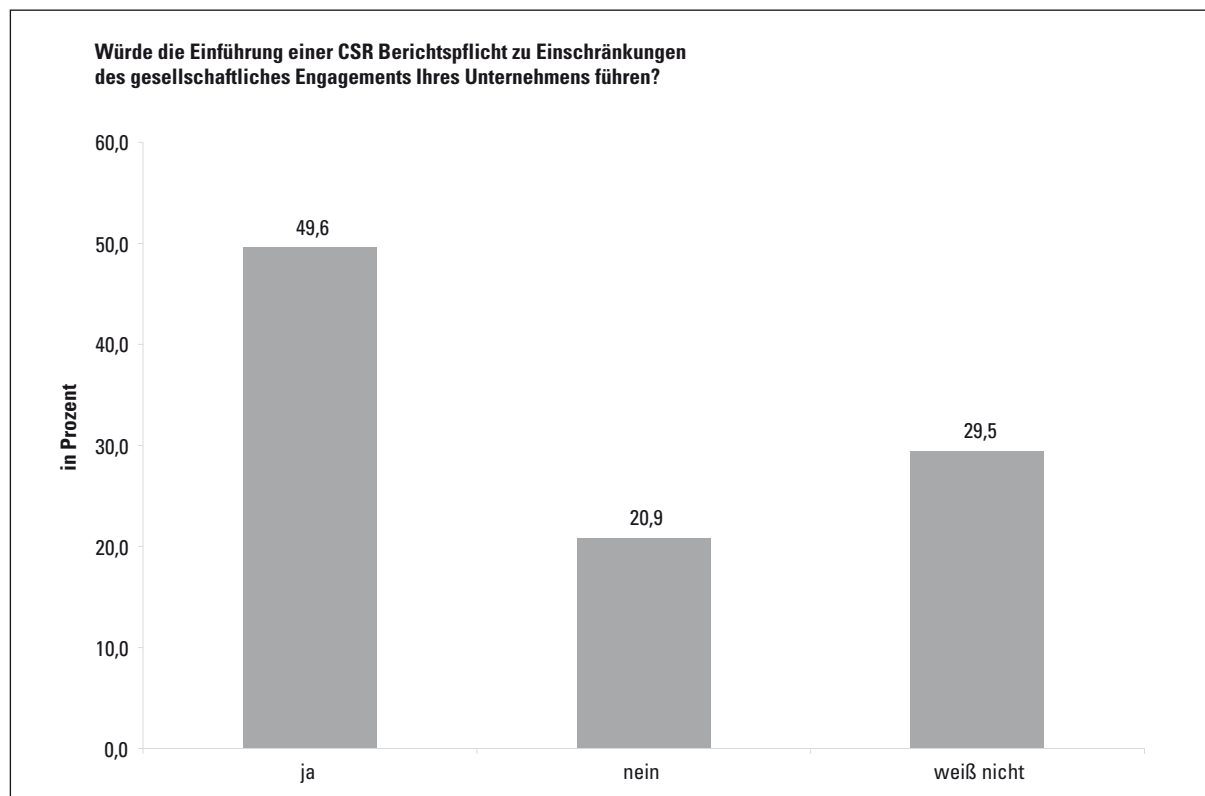


Abbildung 38: CSR-Berichtspflicht

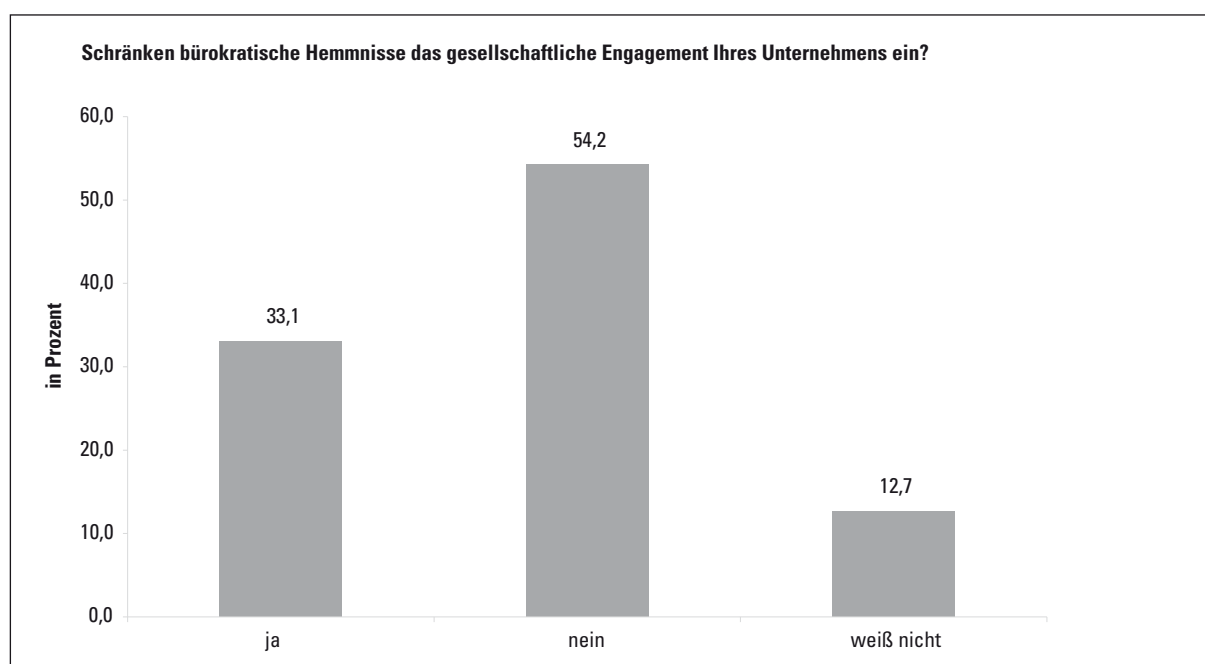


Abbildung 39: CSR-Bürokratische Hürden

Das freiwillige gesellschaftliche Engagement der befragten Unternehmen richtet sich besonders häufig auf die Bereiche Bildung (66 Prozent), Soziales (56,3 Prozent) und Sport (47,9 Prozent). Dem nachgeordnet sind die Bereiche Familie sowie Kunst und Kultur mit jeweils 29,2 Prozent. Etwas weniger häufig sind Aktivitäten im Bereich Gesundheit, Umwelt und Wissenschaft. In der Entwicklungshilfe engagieren sich 3,5 Prozent.

Die Unternehmen werden vor allem in ihrem regionalen Umfeld aktiv. 59,1 Prozent der befragten Unternehmen engagieren sich in Thüringen. 53,3 Prozent in der Standortgemeinde. Regionales Engagement außerhalb Thüringens sowie die Teilnahme an Initiativen mit ausschließlich bundesweitem oder internationalem Bezug sind eher selten.

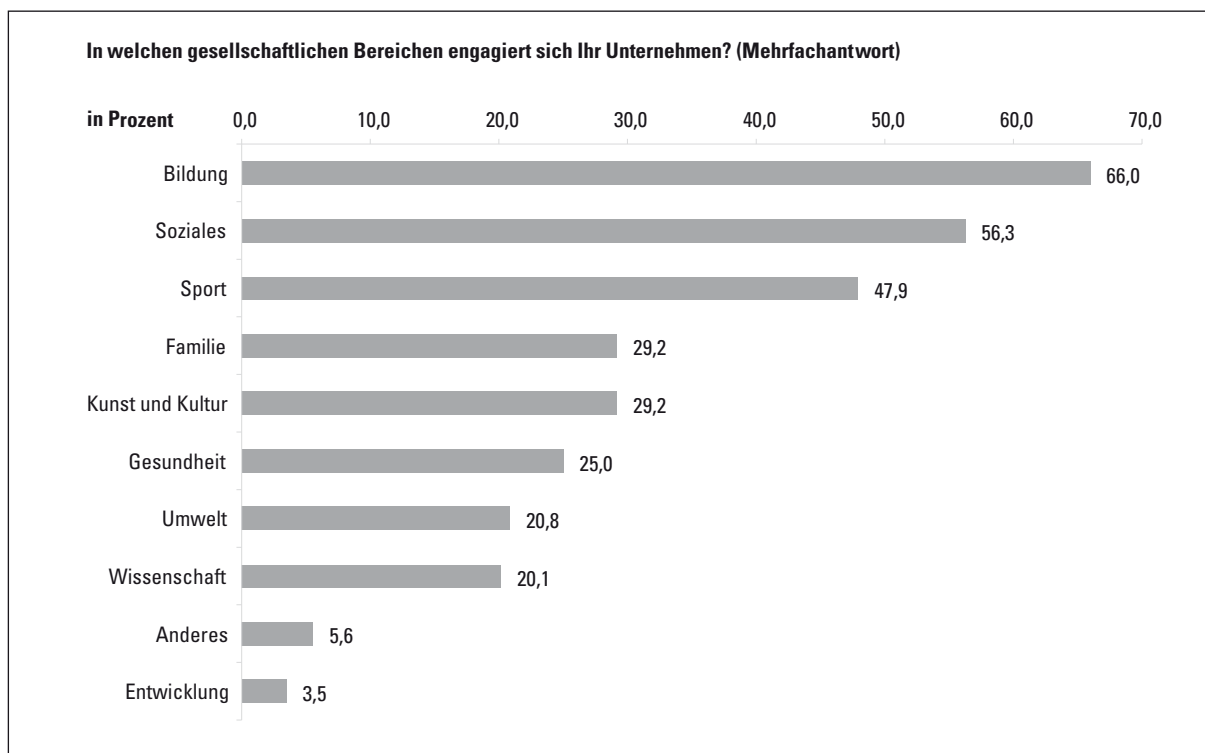


Abbildung 40: CSR-Bereiche

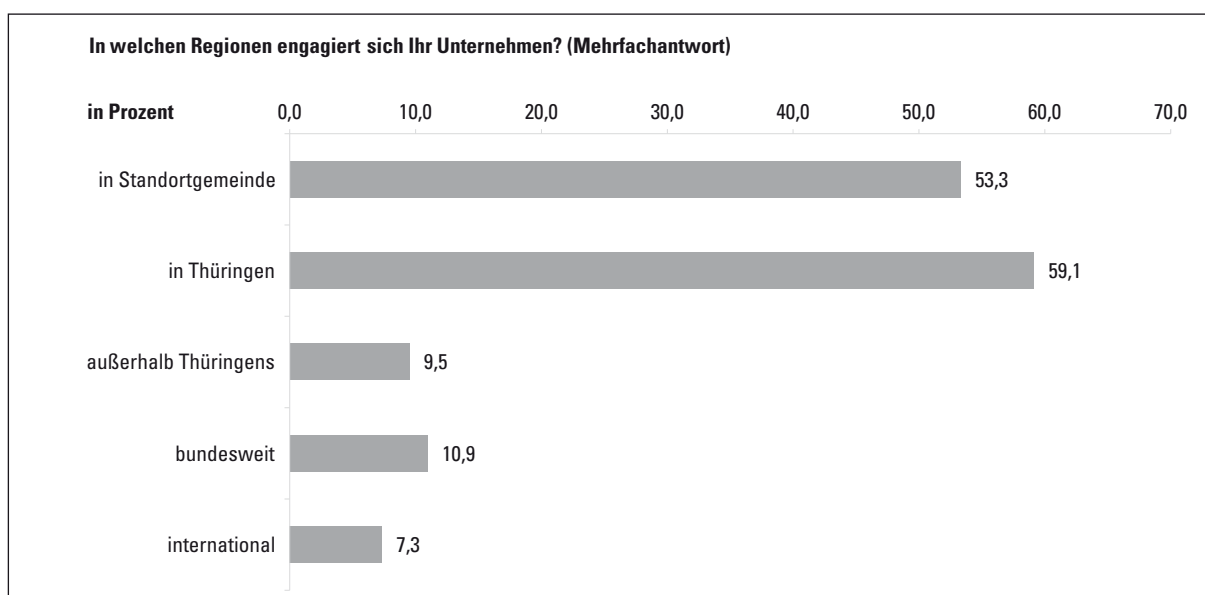


Abbildung 41: CSR-Region

Den Rahmen des Engagements bilden sehr häufig Praktika für Schüler und Studierende, die während ihrer Ausbildung ein Pflichtpraktikum absolvieren. Ebenfalls weit verbreitet sind Sponsoring und die Teilnahme an Aktionstagen, wie beispielsweise Berufswahlmessen, Girls`Day, Tage der offenen Tür sowie Initiativen, wie beispielsweise *SchuleWirtschaft*. In Form von Patenschaften oder der Mitgliedschaft in Fördervereinen engagieren sich circa jeweils ein Drittel der befragten Unternehmen. Die Teilnahme an lokalen Bündnissen oder "Runden Tischen", als Möglichkeit institutionalisierten regionalen Engagements, ist weniger verbreitet.

Die Unternehmen setzen für ihr Engagement vor allem Geld- und Sachspenden ein. Jeweils circa ein Drittel der befragten Unternehmen engagiert sich durch organisatorische Unterstützung, Freistellung von Mitarbeitern und/oder Einsatz von eigenem Personal oder Ausrüstung. Unterstützung bei Organisation beinhaltet beispielsweise die Nutzung geschäftlicher Kontakte für gemeinnützige Projekte. Bei Freistellungen werden Mitarbeiter während der Arbeitszeit freigestellt, um sich gesellschaftlich zu engagieren. Freiwillige Feuerwehren, Katastrophenschutz und Technisches Hilfswerk sind auf diese Form des Engagements angewiesen.

Deutlich weniger Unternehmen stellen Infrastruktur, wie beispielsweise Räume oder Teile des Betriebsgeländes zur Verfügung, was möglicherweise Sicherheitsüberlegungen geschuldet ist. Stiftungen sind eher selten, weil sie große finanzielle Aufwendungen erfordern und sie nach Gründung eine eigene Rechtspersönlichkeit bilden, die ihren jeweiligen Stiftungszweck nach Gründung unabhängig vom Stifterunternehmen verfolgt.

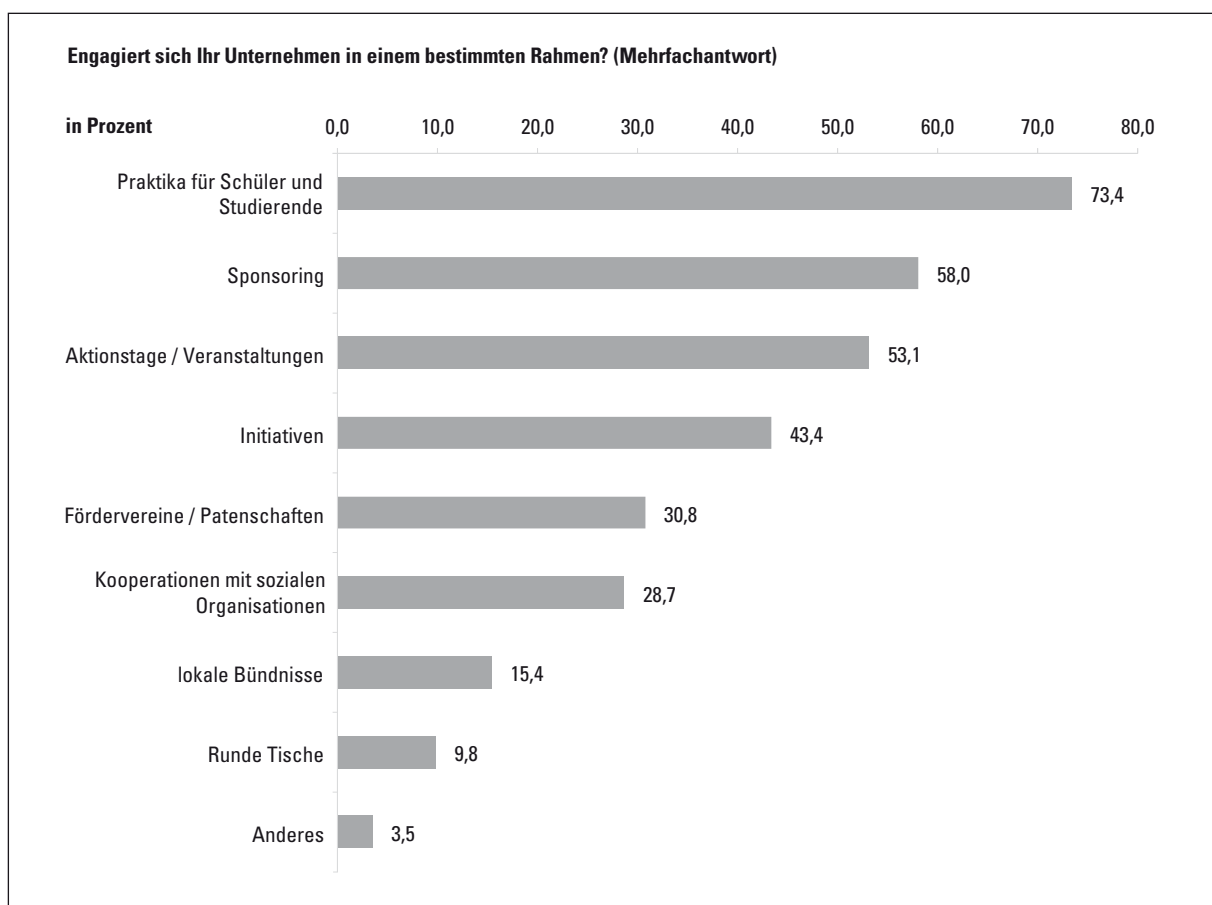


Abbildung 42: CSR-Rahmen

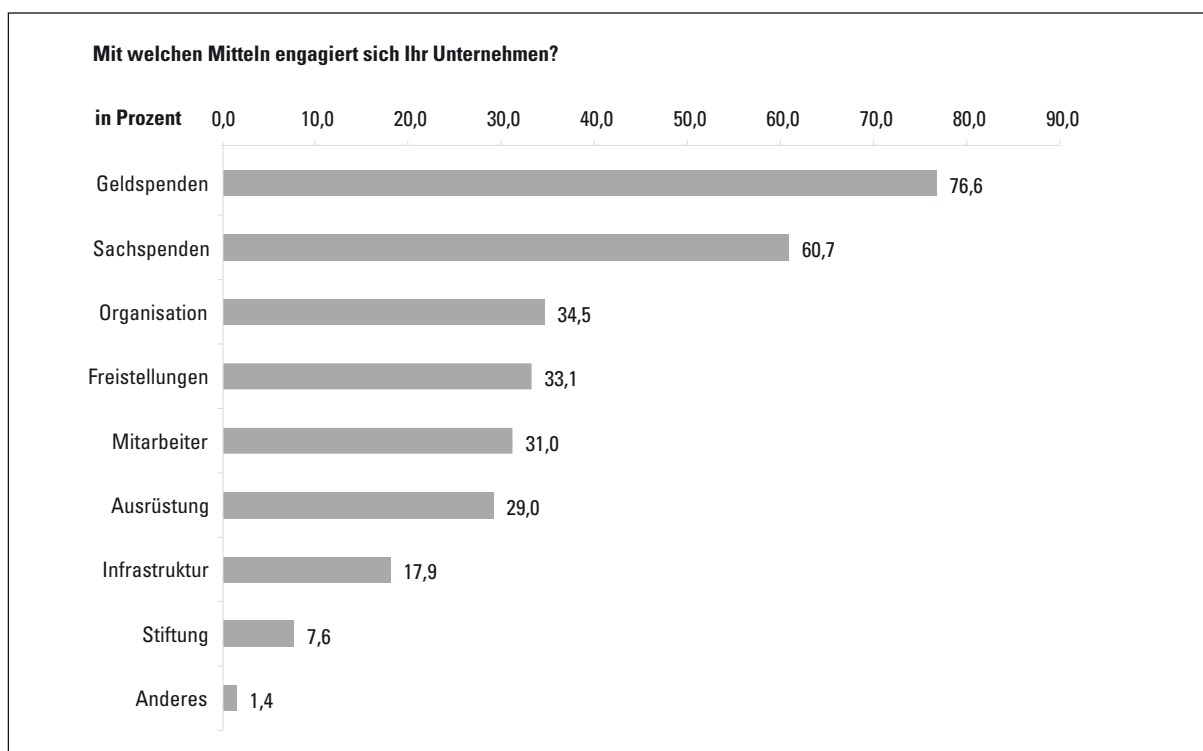


Abbildung 43: CSR-Mittel

Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) hat sich im September 2009 zum gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen positioniert³:

“Die deutsche Wirtschaft bekennt sich zur Sozialen Marktwirtschaft. Mit ihr besteht eine tragfähige Balance zwischen Staat, Wirtschaft und Gesellschaft. Im Spannungsfeld ihrer Grundpfeiler, Freiheit und Verantwortung, bewegen sich Unternehmen auch und erst recht in einer globalisierten Welt. Es ist Aufgabe jedes Einzelnen und auch der Unternehmen, die ihnen gegebene Freiheit verantwortlich zu gestalten, damit aus Freiheit nicht Gleichgültigkeit und Beliebigkeit wird.

Die deutsche Wirtschaft ist sich ihrer Verantwortung für die Gesellschaft bewusst und handelt danach. Gesellschaftliches Engagement ist für Unternehmen eine Chance, sich aktiv in das Gemeinwesen einzubringen und dabei Nutzen für Gesellschaft und Wirtschaft zu schaffen. 96 % der deutschen Unternehmen engagieren sich freiwillig. Dieses Engagement geht von der Eigeninitiative und Eigenverantwortung der Wirtschaft aus. Art und Ausprägung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen sind abhängig von den Unternehmensspezifika sowie der Branche und den Märkten, in denen das Unternehmen operiert. Die große Vielfalt des Engagements von Unternehmen schließt Regulierung, Standardisierung und Zertifizierung aus.

Jedes Unternehmen hat als erstes die Verantwortung, erfolgreich zu wirtschaften, um die eigene Zukunft und Arbeitsplätze zu sichern. Verantwortung für erfolgreiches Wirtschaften und Verantwortung für die Gesellschaft schließen sich nicht aus, sondern befördern sich wechselseitig. Wo in nachhaltiger Verantwortung für die Menschen und den gesamten Prozess der Wertschöpfung geplant und gehandelt wird, entstehen Vertrauen, Akzeptanz und langfristig auch wirtschaftliche Werte.

³ BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (2009).

Zukunft und Wohlergehen von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft sind eng miteinander verbunden und müssen im gemeinsamen Interesse gestaltet werden. Die Rolle, die Unternehmen bei der Lösung gesellschaftlicher Probleme spielen können, ist jedoch beschränkt. Es ist nicht zielführend, dass ein Sektor zunehmend die Aufgaben eines anderen übernimmt. Um den gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen, muss jeder Sektor für sich stark und leistungsfähig sein, seine Verantwortung wahrnehmen, seine spezifischen Kompetenzen einbringen und dort, wo es Sinn macht, sektorübergreifende Kooperationen eingehen.“

Kurz und Knapp

Corporate Social Responsibility kristallisiert sich dort heraus, wo wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmen agieren. Denn nur wettbewerbsfähige und wirtschaftlich gesunde Unternehmen sind in der Lage, ihren Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme zu leisten. Gleichzeitig bedeutet für ein Unternehmen ökologisch und gesellschaftlich verantwortliches Handeln die Sicherung seiner Zukunftskompetenz und Innovationskraft⁴. Die regionale Verankerung spielt dabei keine unwesentliche Rolle.

In Thüringen sind es viele und zum großen Teil kleine und mittlere Unternehmen, die sich wie selbstverständlich im Gemeinwesen engagieren und über Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände politische Prozesse mitgestalten. In jeweils über der Hälfte der befragten Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände ist Corporate Social Responsibility bereits im Leitbild verankert, kommt bei der Personalentwicklung zum Einsatz und/oder erfolgt in Form eigener CSR-Projekte.

81,3 Prozent sind vom Eigenwert gesellschaftlichen Engagements überzeugt und befürworten es auch dann, wenn sich daraus "nur" langfristig Wettbewerbsvorteile ergeben oder gar keine Wettbewerbsvorteile erkennbar sind. Diese aufgeschlossene Haltung gegenüber Corporate Social Responsibility ist gebunden an (1) die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens, (2) die Freiwilligkeit des jeweiligen aus Eigeninitiative verfolgten Engagements und (3) die grundsätzliche Anerkennung des wirtschaftlichen Beitrages, der durch Beschäftigungssicherung vom Unternehmen geleistet wird. Bürokratisierung würde im Gegensatz dazu zu einem starken Rückgang des Engagements führen.

94,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen haben sich in den letzten 24 Monaten gesellschaftlich engagiert. Das Engagement richtet sich dabei besonders häufig auf die Bereiche Bildung, Soziales und Sport und wird vorrangig im regionalen Umfeld ausgeübt. Häufig bilden Praktika für Schüler und Studierende den Rahmen. Weit verbreitet sind auch Sponsoring und die Teilnahme an Aktionstagen, wie beispielsweise Berufswahlmessen, Girls`Day, Tage der offenen Tür sowie Initiativen, wie beispielsweise SchuleWirtschaft. Die Unternehmen setzen für ihr gesellschaftliches Engagement vor allem Geld- und Sachspenden ein.

⁴ Vgl. BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (2009).

Methodischer Hinweis

An der diesjährigen Jahresumfrage der Thüringer Wirtschaftsverbände haben sich 151 Mitgliedsunternehmen aller Branchen und Größenklassen beteiligt. Die Umfrageergebnisse spiegeln Entwicklungen, die für rund 20.000 Beschäftigte unmittelbar relevant sind.

Die Umfrageergebnisse stehen, wo thematisch vergleichbar, in Übereinstimmung mit den Ergebnissen anderer durchgeführter Befragungen. Exemplarisch sei auf die im entsprechenden Zeitraum durchgeführte am 23. November 2009 veröffentlichte Konjunkturumfrage Herbst 2009 des IW Köln sowie die am 2. Dezember 2009 veröffentlichte Chefumfrage Herbst des Verbands der Metall- und Elektro- Unternehmen Hessen, Bezirksgruppe Nordhessen e. V. verwiesen. Im Bereich des freiwilligen gesellschaftlichen Engagements und Corporate Social Responsibility kann die Studie des CCCD - Centrum für Corporate Citizenship Deutschland vom August 2007 als entsprechender Referenzpunkt herangezogen werden.

Der Vergleich des Antwortverhaltens zu den Fragen der Jahresumfrage der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände, die aus dem Vorjahr in 2009 wiederholt gestellt wurden, lässt weder in der Tendenz noch in der relativen Stärke der Veränderung Bewegungen erkennen, die nicht vor dem Hintergrund veränderter Umweltbedingungen sehr gut erklärbar sind.

Vor diesem Hintergrund kann von einer hohen Belastbarkeit der Umfrageergebnisse ausgegangen werden, die bezüglich der Mitgliedsunternehmen der Thüringer Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände mehr Aussagekraft besitzen als deutschlandweite Erhebungen und darüber hinaus Entwicklungen beschreiben, die eine hohe regionale Relevanz besitzen.

Literatur

Backhaus-Maul et al. (2008): Corporate Citizenship in Deutschland. Die überraschende Konjunktur einer verspäteten Debatte. In: Backhaus-Maul, Holger; Christiane Biedermann, Stefan Nährlich, Judit Poltenhauer (Hrsg.) Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven. Wiesbaden.

Beckmann, Markus (2008): Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung. In: Backhaus-Maul, Holger; Christiane Biedermann, Stefan Nährlich, Judit Poltenhauer (Hrsg.) Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven. Wiesbaden.

BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (2009): Die Wirtschaft übernimmt Verantwortung. Positionspapier der Arbeitgeber zum gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen.

CCCD - Centrum für Corporate Citizenship Deutschland. (2007): Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland und im transatlantischen Vergleich mit den USA. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung des CCCD.

Ettlin, Tony (2008): Secondment. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Fabisch, Nicole (2008): Sponsoring. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Fischer, Michael, Christina Büchler (2008): Corporate Volunteering II. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Friedman, Milton (2008): The Social Responsibility Of Business Is To Increase Its Profits. In: Burchell, Jon (Hrsg.): The Corporate Social Responsibility Reader. New York.

Habisch, André, Martin Wildner, Franz Wenzel (2008): Corporate Citizenship als Bestandteil der Unternehmensstrategie. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Hüther, Michael (2009): Die Erholung verläuft schleppend. Statement. Zur IW-Konjunkturumfrage Herbst 2009

Institut der deutschen Wirtschaft Köln (2009): IW-Konjunkturumfrage Herbst 2009.

Körting, Claus (2008): Public Private Partnerships III. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Krüger, Norbert (2008): Lokale Bündnisse. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Mirvis, Philip H.; Bradley K. Googins (2009): Neue Rollen und Aufgaben für Unternehmen in der Gesellschaft: auf dem Weg zur nächsten Generation von Corporate Citizenship. CCCD - Centrum für Corporate Citizenship in Deutschland (Hrsg.).

Mutz, Gerd (2008): Corporate Volunteering I. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Nährlich, Stefan (2008): Tue Gutes und profitiere davon. Zum Nutzen von Corporate Citizenship Aktivitäten. In: Backhaus-Maul, Holger; Christiane Biedermann, Stefan Nährlich, Judit Poltenhauer (Hrsg.) Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven. Wiesbaden.

Nährlich Stefan, Bernadette Hellman (2008): Bürgerstiftungen. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Odoj, Gerald (2008): Public Private Partnerships II. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Pinkepank, Thorsten, Nadiene-Lan Nguyen (2008): Community Roundtable. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Salzmann, Oliver; Ulrich Steger, Aileen Ionescu-Somers (2008): Determinants of corporate sustainability management: An empirical contingency approach. In: Joachim Schwalbach (Hrsg.). Special Issue 3. Corporate Social Responsibility. Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Wiesbaden.

Schaefer, Robert; Roswitha Weitz (2009): Chancen in der Krise. Umfrage der Arbeitgeber und Wirtschaftsverbände Thüringens 2008.

Schöffmann, Dieter (2008): Corporate Volunteering III. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Schwalbach, Joachim (2008): Editorial In: Joachim Schwalbach (Hrsg.). Corporate Social Responsibility. Zeitschrift für Betriebswirtschaft. Special Issue 3. Wiesbaden.

Strachwitz, Rupert Graf; Sabine Reimer (2008): Stiftungen. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Tropschuh, Peter; Nathalie Gerstenlauer (2008): Public Private Partnerships I. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Ulrich Peter (2008): Corporate Citizenship oder: Das politische Moment guter Unternehmensführung in der Bürgergesellschaft. In: Backhaus-Maul, Holger; Christiane Biedermann, Stefan Nährlich, Judit Poltenhauer (Hrsg.) Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven. Wiesbaden.

Verband der Metall und Elektro- Unternehmen Hessen Bezirksgruppe Nordhessen e. V. (2009): Chefumfrage Herbst 2009.

Wedell, Michael (2008): Lobbying-Politikkontakte. In: André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.) (2008): Handbuch Corporate Citizenship. Corporate Social Responsibility für Manager. Heidelberg.

Schriftenreihe IWT

- 1 Michael Merbach, Andreas Otto, Roswitha Weitz:
Tagungsdokumentation: Rating – Eine Chance der Veränderung
Erfurt, Mai 2003
- 2 Michael Merbach, Andreas Otto:
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer
Unternehmen – Umfrage 2002
Erfurt, Mai 2003
- 3 Pamela Finley, Roswitha Weitz:
Die Zukunft des Flächentarifvertrages in Thüringen – Symposium am 21. März 2003
Erfurt, August 2003
ISBN: 3-00-011844-6
- 4 Michael Merbach, Sven Nobereit:
Auf dem Weg zum Emissionshandel – CO₂-Monitoring-System für
Unternehmen in Thüringen
Erfurt, Dezember 2003
ISBN: 3-9809334-0-7
- 5 Autorenteam des IWT:
Ausgewählte Ergebnisse aus der Studie: Chancen des Wirtschaftsstandortes
Thüringen im Zuge der EU-Osterweiterung
Erfurt, April 2004
- 6 Pamela Finley, Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Chancen des Wirtschaftsstandortes Thüringen im Zuge der
EU-Osterweiterung – Auswertung einer Unternehmensumfrage
und eines Stimmungsbildes
Erfurt, Mai 2004
ISBN: 3-9809334-2-3
- 7 Kristin Röder, Herfried Schneider:
EU 15 EU 25 – Die wichtigsten volkswirtschaftlichen Kennziffern im Vergleich
Erfurt, Mai 2004
ISBN: 3-9809334-3-1
- 8 Michael Merbach, Ralf Trost:
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2003
Erfurt, Mai 2004
ISBN: 3-9809334-1-5
- 9 IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH: Jahresbericht 2003
Erfurt, Juli 2004
- 10 Pamela Finley, Roswitha Weitz:
Firmen-, anerkennungs- und unternehmensbezogene Verbandstarifverträge im
Spiegel flächentariflicher Regelungen in der Metall- und Elektroindustrie Thüringens
Erfurt, September 2004
ISBN: 3-9809334-5-8
- 11 Michael Merbach, Herfried Schneider (Hrsg.):
Handbuch der Beteiligungsfinanzierung in Thüringen
Erfurt, September 2004
ISBN: 3-9809334-6-6
- 12 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Standortfaktoren Thüringens
Jahresumfrage 2004 und Porträt – VMET
Erfurt, März 2005
- 13 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Standortfaktoren Thüringens
Jahresumfrage 2004 und Porträt – AGVT
Erfurt, März 2005

-
- 14 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Standortfaktoren Thüringens
Jahresumfrage 2004 und Porträt – VWT
Erfurt, März 2005
 - 15 IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH:
Jahresbericht 2004
Erfurt, Juli 2005
 - 16 Annett Graap, Kristin Röder, Herfried Schneider,
Roland Schöne, Ralph Seelmann-Eggebert, Roswitha Weitz:
Train-the-Trainer-Handbuch für Mass Customization
Erfurt, Dezember 2004
ISBN: 3-9809334-7-4
 - 17 Dietrich von der Oelsnitz, Maria-Coretta Reimann, Kristin Röder,
Marc Schauberg, Herfried Schneider:
Management von Produktionsnetzwerken in kleinen und mittleren Unternehmen
Erfurt, September 2005
ISBN: 3-9809334-8-2
 - 18 Hendrik Kott, Ralf Trost:
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2004
Erfurt, November 2005
ISBN: 3-9809334-9-0
 - 19 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Technologietransfer: Wirtschaft ↔ Wissenschaft
Jahresumfrage 2005
Porträt – VMET
Erfurt, Januar 2006
 - 20 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Technologietransfer: Wirtschaft ↔ Wissenschaft
Jahresumfrage 2005
Porträt – AGVT
Erfurt, Januar 2006
 - 21 Kristin Röder, Herfried Schneider, Roswitha Weitz:
Technologietransfer: Wirtschaft ↔ Wissenschaft
Jahresumfrage 2005
Porträt – VWT
Erfurt, Januar 2006
 - 22 IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH:
Jahresbericht 2005
Erfurt, Mai 2006
 - 23 Volker Nissen, Herfried Schneider (Hrsg.):
Prozessorientiertes Corporate Performance
Measurement: Methoden, Konzepte, Anwendungen
Erfurt, Juni 2006
ISBN: 3-9811030-0-9
978-3-9811030-0-7
 - 24 Herfried Schneider, Cordula Scheffel:
Leitfaden zur Vorbereitung und Einführung eines
Umweltmanagementsystems nach DIN EN ISO 14001
Erfurt, August 2006
ISBN: 3-9809334-4-X
 - 25 Hendrik Kott, Herfried Schneider, Ralf Trost:
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2005
Erfurt, Oktober 2006
ISBN: 3-9811030-1-7
978-3-9811030-1-4

- 26 Kristin Röder, Herfried M. Schneider, Roswitha Weitz
Die Zukunft des Arbeitsmarktes in Thüringen – Jahresumfrage
der Verbände VWT, AGVT, VMET
Erfurt, Januar 2007
- 27 Herfried M. Schneider, Diana Zschörnig
EU 27 – Volkswirtschaftliche Kennzahlen im Ländervergleich
Erfurt, Februar 2007
- 28 Katja Berger, Herfried M. Schneider, Roswitha Weitz
Wirtschaftliche Kennzahlen Thüringen, EU – Deutschland – Thüringen unter
besonderer Berücksichtigung der Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie
Erfurt, März 2007
- 29 Hendrik Kott, Herfried M. Schneider (Hrsg.)
Handbuch der Beteiligungsfinanzierung in Thüringen und Sachsen-Anhalt
Erfurt, Mai 2007
ISBN: 3-9811030-2-5
978-3-9811030-2-1
- 30 Anja Liebscher, Herfried M. Schneider, Stefanie Teichmann,
Roswitha Weitz, Katja Zitzmann
Genderorientierte Personalarbeit in KMU in Thüringen – Ein Handbuch für
Personalverantwortliche
Erfurt, Mai 2007
ISBN: 3-9811030-3-3
978-3-9811030-3-8
- 31 Antje Minks, Antje Schmerbauch, Herfried M. Schneider, Roswitha Weitz
Sozioökonomische Standortbestimmung für Thüringen
Erfurt, Mai 2007
- 32 IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH:
Jahresbericht 2006
Erfurt, August 2007
- 33 Herfried M. Schneider, Roswitha Weitz
Wirtschaftliche Kennzahlen Thüringen, EU – Deutschland – Thüringen unter
besonderer Berücksichtigung der Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie
Erfurt, September 2007
- 34 Alexander Fox, Herfried Schneider, Bastian Schonert, Ralf Trost:
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2006
Erfurt, November 2007
ISBN: 3-9811030-4-1
978-3-9811030-4-5
- 35 Kristin Röder, Herfried M. Schneider, Roswitha Weitz
Welche Bildung braucht das Land? – Jahresumfrage der
Verbände VWT, AGVT, VMET
Erfurt, Januar 2008
- 36 Robert Schaefer, Roswitha Weitz, Diana Zschörnig
Initialanalyse zur Zeitarbeit in der M+E Industrie in Thüringen
Erfurt, Februar 2008
- 37 Anja Liebscher, Anette Morhard, Robert Schaefer, Roswitha Weitz
Sozioökonomische Standortbestimmung für Thüringen 2008
Erfurt, September 2008
ISBN: 3-9811030-5-X
978-3-9811030-5-2
- 38 Alexander Fox, Herfried Schneider, Bastian Schonert, Ralf Trost
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2007
Erfurt, September 2008
ISBN: 3-98-11030-6-8
978-3-9811030-6-9

-
- 39 Robert Schaefer, Roswitha Weitz, Diana Zschörnig
Abschlussbericht zur Zeitarbeit in der M+E Industrie in Thüringen
Erfurt, September 2008
 - 40 Thüringer Netzwerk Demografie
Transferkonzept
Erfurt, Dezember 2008
 - 41 Robert Schaefer, Roswitha Weitz
Chancen in der Krise – Umfrage der Arbeitgeber- und
Wirtschaftsverbände Thüringens 2008
Erfurt, Januar 2009
 - 42 Anja Liebscher, Anette Morhard, Robert Schaefer, Roswitha Weitz
Sozioökonomische Standortbestimmung
für Thüringen 2009
Erfurt, Juli 2009
 - 43 IWT - Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH:
Jahresbericht 2007/2008
Erfurt, September 2009
 - 44 Martin Lampert
Fit im Wandel? – Demografiefeste Personalentwicklung in Thüringen
Erfurt, Juli 2009
 - 45 Robert Schaefer, Torsten Simon
Flankierende Dienstleistungen – Passgenaue Lösungen der Kinderbetreuung
und Modelle haushaltsnaher Dienstleistungen für KMU
Erfurt, Juli 2009
 - 46 Alexander Fox, Wolfgang von Heßling, Ralf Trost
Analyse zur Finanzierungssituation Thüringer Unternehmen – Umfrage 2008
Erfurt, September 2008
ISBN: 3-98-11030-9-2
978-3-9811030-9-0

www.vwt.de

Verband der Wirtschaft Thüringens e. V.
Lossiusstraße 1 · 99094 Erfurt
T 0361 6759-0 · F 0361 6759-222